

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA
ESCUELA DE POSTGRADO
SECCION DE POSTGRADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN
GERENCIA EMPRESARIAL

PROMAD

TESIS

“NIVEL DE SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD
DE VIDA DE LAS MUJERES DEDICADAS A LA VENTA DIRECTA DE
COSMÉTICOS DE LA EMPRESA ESIKA, PIURA - 2017”.

C.P.C. Marina Esther Zapata Vargas

PIURA – PERÚ

2018

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

ESCUELA DE POSTGRADO



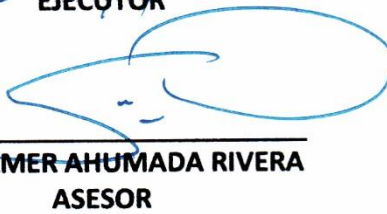
TESIS

**“NIVEL DE SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD
DE VIDA DE LAS MUJERES DEDICADAS A LA VENTA DIRECTA DE
COSMÉTICOS DE LA EMPRESA ESIKA, PIURA - 2017”.**

LA SUSCRITORA DECLARA QUE EL PRESENTE PROYECTO DE TESIS ES
ORIGINAL, EN SU CONTENIDO Y FORMA



C.P.C. MARINA ESTHER ZAPATA VARGAS
EJECUTOR



DR. WILMER AHUMADA RIVERA
ASESOR

UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA

ESCUELA DE POSTGRADO



TESIS

**“NIVEL DE SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD
DE VIDA DE LAS MUJERES DEDICADAS A LA VENTA DIRECTA DE
COSMÉTICOS DE LA EMPRESA ESIKA, PIURA - 2017”.**

APROBADO EN CONTENIDO Y ESTILO POR


MAG. GASTÓN ALVARADO NOBLECILLA
PRESIDENTE


DRA. ELIZABETH ALVAREZ PARRAGUIRRE
SECRETARIA


MAG. CARMEN QUITO RODRIGUEZ
VOCAL

PIURA - PERÚ
OCTUBRE - 2018

ACTA DE SUSTENTACIÓN
PROGRAMA DE MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN

Los Miembros del Jurado Calificador que suscriben, reunidos para la sustentación de la Tesis, para optar el Grado Académico de Maestro en **ADMINISTRACIÓN** con mención en **GERENCIA EMPRESARIAL**, presentado por:

ZAPATA VARGAS - MARINA ESTHER

Con el asesoramiento del DR. WILMER AHUMADA RIVERA, denominada:

"NIVEL DE SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES DEDICADAS A LA VENTA DIRECTA DE COSMÉTICOS DE LA EMPRESA ESIKA, PIURA 2017"

Oídas las respuestas y absueltas las observaciones formuladas, se declara:

APROBADO			DESAPROBADO	
Excelente	Sobresaliente	Buena	Aceptable	
_____	_____	_____	_____	_____

En consecuencia, previa aprobación del Art.º 83, del Reglamento General de la Escuela de Posgrado, queda en condiciones de ser calificada APTA para obtener el Grado Académico de **MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN** con mención en **GERENCIA EMPRESARIAL**, de conformidad con lo estipulado en la ley.

PIURA, JUEVES 07 DE MARZO DEL 2019

M.Sc. GASTÓN ALVARADO NOBLECILLA
PRESIDENTE

DRA. ELIZABETH ALVAREZ IPARRAGUIRRE
SECRETARIO

M.Sc. CARMEN ZULEMA QUITO RODRIGUEZ
VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis hijas: Mariana y María Lucía, quienes fueron testigo de mis horas de estudio y quienes cedieron generosamente nuestro tiempo en familia.

A César, por su constante apoyo, quien me animó a iniciar este reto, y para quien el conocimiento debe ser una búsqueda constante.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco de manera especial a la Empresa Esika por las facilidades en la recopilación de información para el presente trabajo, a la Universidad Nacional de Piura, por brindar esta oportunidad de especialización de estudio y a mi asesor Dr. Wilmer Ahumada Rivera por su constante apoyo.

INDICE

DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTOS.....	v
INDICE.....	vi
INDICE DE TABLAS.....	viii
INDICE DE FIGURAS.....	ix
INDICE DE ANEXOS.....	x
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xiii
CAPÍTULO I: ASPECTOS DE LA PROBLEMÁTICA.....	16
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	16
1.2. Formulación del Problema de investigación.....	18
1.2.1 Problema General.....	18
1.2.2 Problemas Específicos.....	18
1.3. Justificación e importancia de la investigación.....	19
1.4. Objetivos.....	19
1.4.1 Objetivo general.....	19
1.4.2 Objetivos específicos.....	19
1.5. Viabilidad y límites de la investigación.....	20
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	21
2.1. Antecedentes de la investigación.....	21
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	21
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	22
2.1.3. Antecedentes locales.....	23
2.2. Bases teóricas.....	24
2.2.1. Satisfacción laboral.....	24
2.2.1.1 Importancia de la satisfacción laboral.....	25
2.2.1.2 Dimensiones de la satisfacción laboral.....	26
2.2.1.3 Medición de la satisfacción laboral.....	28
2.2.2. Aproximación histórica de la calidad de vida.....	29
2.2.2.1 Calidad de vida.....	30
2.2.2.2 Importancia de la calidad de vida.....	31
2.2.2.3 Dimensiones de la calidad de vida.....	32

2.2.2.4 Medición de la calidad de vida	34
2.2.3. Venta directa	34
2.2.3.1 Distinción con otros modelos de ventas.....	34
2.2.3.1.1. Contratación en la venta directa.....	36
2.2.3.2 Los incentivos	37
2.2.3.3 Relación colaborador - consumidor	37
2.2.3.4 Venta directa y el impacto socio económico	37
2.3. Glosario de términos básicos	39
2.4. Hipótesis	42
2.4.1 Hipótesis general.....	42
2.4.2 Hipótesis específicos.....	43
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	44
3.1. Tipo y diseño de Investigación	44
3.1.1. Tipo de Investigación	44
3.1.2. Diseño de investigación	44
3.2. Población y muestra	45
3.4. Variables	45
3.4.1. Variable independiente.....	45
3.4.2. Variable dependiente.....	46
3.5. Operalización de variables	46
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	47
3.7. Métodos de análisis de datos.....	49
CAPITULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	50
4.1. Resultados	50
4.1.1. Confiabilidad del instrumento.....	50
4.1.2. Nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika	51
4.1.2.1. Factores extrínsecos	51
4.1.2.2. Factores intrínsecos	52
4.1.3. Nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika	56
4.2.1. Factores sociológicos	56
4.2.2. Factores psicológicos	57
4.1.4. Factores de satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika	66

4.1.5. Relación entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika - Piura, 2017.....	68
4.2. Discusión de Resultados.....	70
CONCLUSIONES.....	74
RECOMENDACIONES	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
ANEXOS	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 4-1 Nivel de satisfacción en el factor extrínseco: Promedio	51
Tabla 4-2 Nivel de satisfacción en el factor intrínseco: Promedio.....	52
Tabla 4-3 Nivel de satisfacción laboral: Promedio	54
Tabla 4-4 Nivel de calidad de vida en el factor sociológico: Promedio.....	56
Tabla 4-5 Nivel de calidad de vida en el factor psicológico: Promedio.....	57
Tabla 4-6 Nivel de calidad de vida: Promedio	60
Tabla 4-7 Nivel de satisfacción laboral: Porcentaje	62
Tabla 4-8 Nivel de calidad de vida: Porcentaje	64
Tabla 4-9 Factores de satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida	66
Tabla 4-10 Relación entre la satisfacción laboral y la calidad de vida.....	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4-1 Nivel de satisfacción en el factor extrínseco	51
Figura 4-2. Nivel de satisfacción en el factor intrínseco	53
Figura 4-3 Nivel de satisfacción laboral.....	54
Figura 4-4 Nivel de calidad de vida en el factor sociológico	56
Figura 4-5 Nivel de calidad de vida en el factor psicológico	58
Figura 4-6 Nivel de calidad de vida.....	60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 3-1 Operalización de variables	46
Cuadro 3-2 Categorías de respuesta – satisfacción laboral	47
Cuadro 3-3 Niveles de satisfacción laboral	48
Cuadro 3-4 Categorías de respuesta-calidad de vida.....	48
Cuadro 3-5 Niveles de calidad de vida.....	48
Cuadro 3-6 Correlaciones	49
Cuadro 4-1 Indicador Alfa Crombach	50

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A: Cuestionario para la medición de satisfacción laboral.....	81
Anexo B: Cuestionario para la medición de calidad de vida.....	83
Anexo C: Matriz de consistencia.....	88
Anexo D: Descripción del proceso de la toma de encuestas y características de la muestra	91

RESUMEN

La presente investigación se realizó en la empresa Esika - Piura, con un diseño no experimental, de alcance descriptivo correlacional y corte transversal para el recojo de información. Siendo su objetivo principal evaluar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika - Piura, 2017. Los objetivos específicos desarrollados fueron: analizar el nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika; conocer el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika e identificar los factores de la satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika. En la investigación se aplicó un cuestionario de 15 preguntas distribuidas en 2 dimensiones (factores extrínsecos y factores intrínsecos) para la satisfacción laboral y 48 preguntas distribuidas en 2 dimensiones para la calidad de vida (factores sociológicos y factores psicológicos), considerándose la escala general de Satisfacción (Overall Job Satisfaction) y los estudios de Carretero et al. (1980) y Ryff y Keyes (1995). Los resultados reportaron que la satisfacción laboral se correlaciona de manera significativa con la calidad de vida en 0,53 puntos, siendo esta correlación de nivel positivo moderado. A la vez el 57,5% de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, perciben un nivel de satisfacción laboral alto generado por los niveles altos en el factor extrínseco (51.1%) y en el factores intrínsecos (56%). Asimismo existe un nivel de calidad de vida alto de 82.1%, por el factor sociológico (46.8%) y el factor psicológico (56%) que mostraron niveles altos.

Palabras Clave: Satisfacción laboral, calidad de vida

ABSTRACT

The present investigation was carried out in the company Esika - Piura, with a non experimental design, of correlational descriptive scope and cross section for the collection of information. Its main objective is to evaluate the relationship that exists between job satisfaction and the quality of life of women engaged in the direct sale of cosmetics from the company Esika - Piura, 2017. The specific objectives developed were: to analyze the level of job satisfaction of women engaged in the direct sale of cosmetics from the Esika company; To know the level of quality of life of the women dedicated to the direct sale of cosmetics of the company Esika and to identify the factors of the labor satisfaction influence more in the quality of life of the women dedicated to the direct sale of cosmetics of the company Esika . In the research a questionnaire was applied of 15 questions distributed in 2 dimensions (extrinsic factors and intrinsic factors) for job satisfaction and 48 questions distributed in 2 dimensions for the quality of life (sociological factors and psychological factors), considering the general scale of Satisfaction (Overall Job Satisfaction) and the studies by Carretero et al. (1980) and Ryff and Keyes (1995). The results reported that there is job satisfaction correlates significantly with the quality of life in 0.53 points, this correlation being positive level moderate. At the same time, 57.5% of women engaged in the direct sale of cosmetics from the Esika company perceive a high level of job satisfaction generated by high levels in the extrinsic factor (51.1%) and intrinsic factors (56 %). There is also a high quality of life level of 82.1%, due to the sociological factor (46.8%) and the psychological factor (56%) that showed high levels.

Keywords: Job satisfaction, quality of life

INTRODUCCIÓN

Hoy en día las organizaciones, se preocupan por el mejoramiento de la conducta organizacional, puesto que el gerente, directivo, operario, etc. trabajan con otras personas, lo cual influye en la calidad de vida que se desarrolla en los centros de trabajo. Por lo que los superiores deben de conocer a ciencia cierta el comportamiento de cada trabajador con el fin de mejorar las relaciones que este tiene con los demás y con su entorno organizacional, para ello deben de crear un ambiente en el que la gente se sienta motivada, trabaje más productivamente y sea más eficiente.

En este marco referencial, uno de los aspectos que más importancia tiene para el trabajador es lo que respecta a la satisfacción que le produce la labor que desempeña y los aspectos que rodean a su trabajo. Las teorías humanistas sostienen que el trabajador más satisfecho es aquel que satisface mayores necesidades psicológicas y sociales en su empleo y, por tanto, suele poner mayor dedicación a la tarea que realiza. Una elevada satisfacción de los empleados en el trabajo es algo que siempre desea la dirección de toda organización, porque tiende a relacionarse con los resultados positivos, con mayores índices de productividad, lo cual lleva al desarrollo empresarial.

El grado de satisfacción laboral ayuda a atraer talentos y retenerlos, a mantener un clima organizacional saludable, a motivar a las personas, a lograr su compromiso con la organización y por ende genera una mejora en su calidad de vida diaria fuera de la organización.

Cuando hablamos de calidad de vida, se hace referencia a todos aquellos elementos que hacen de esta vida algo digna, cómoda agradable y satisfactoria. La calidad de vida de una persona está dada en primer término por la posibilidad de vivir agradablemente con sus pares, grupos de familia así como también a elementos básicos como vivienda, alimentos, servicios básicos, etc. Por otra parte Camfield y Skenvington (2008), expresa que la calidad de vida de las personas podría ser posible a través de la adopción de un estilo de vida saludable, es decir lograr la satisfacción de aspectos objetivos (empleo, educación, salud, etc.) y subjetivos (autonomía, crecimiento personal, etc.). Por lo tanto se puede decir que lograr tener una buena satisfacción laboral, podrá generar un buen estilo de vida que conlleve a una calidad de vida.

Teniendo en cuenta los párrafos precedentes la presente investigación se orienta analizar la relación que existe entre satisfacción laboral y calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, asumiendo que si existe una buena satisfacción laboral existirá como consecuencia una buena calidad de vida.

Con el fin de concretar la investigación se plantea como objetivo general la relación que existe entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika - Piura, convencidos que la organización debe de velar por el desarrollo y el logro de la satisfacción de sus trabajadores, mediante reconocimientos subjetivos y objetivos que motiven al trabajador a seguir en la organización. Es relevante cuantificar el comportamiento de estas variables (satisfacción laboral y calidad de vida), puesto que permitirá obtener información valiosa para los directivos, por el impacto que genera en la gestión y productividad de la empresa.

Para ello la investigación se ha enfocado en el estudio del teórico de Herzberg (1987), que incluye dos factores para el logro de la satisfacción laboral, siendo los factores extrínsecos y los factores intrínsecos, que actualmente vienen teniendo una amplia influencia en las investigaciones actuales.

Asimismo para el estudio de la calidad de vida se analiza las teorías de Carretero et al. (1980), al considerar que la calidad de vida se logra con la satisfacción de los factores sociológicos y psicológicos. A la vez los estudios de Ryff y Keyes (1995), al considerar seis factores como: autonomía, relaciones sociales positivas, dominio del entorno, crecimiento personal, auto aceptación y propósito en la vida, como los factores que permiten la satisfacción en el factor psicológico.

Considerando el objetivo general y el marco teórico de los especialistas mencionados, la presente investigación comprende cuatro capítulos:

El Capítulo I inicia con el planteamiento del problema, presenta la pregunta de investigación que guía su desarrollo, de la cual se derivan los objetivos de la investigación y justifica la importancia del trabajo.

El segundo capítulo, está conformado por el marco teórico, en el cual se abordan los antecedentes de investigaciones, marco teórico, glosario de términos y las hipótesis de la investigación.

En el tercer capítulo se introduce la metodología donde se detallan el tipo y diseño de la investigación, las variables a estudiar, la población y las técnicas utilizadas para recolectar la información.

En el cuarto capítulo se desarrollan los resultados de la investigación en base a los objetivos planteados, junto con la discusión de resultados.

Finalmente se presentan las referencias bibliográficas y los anexos donde se plasman los instrumentos elaborados para el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO I: ASPECTOS DE LA PROBLEMÁTICA

1.1.Descripción de la realidad problemática

En la actualidad existe gran consenso respecto a que la satisfacción laboral es una variable fundamental dentro de la productividad. El activo más importante de la organización son los colaboradores y es necesario generar satisfacción en los mismos tanto de carácter económico como en sus condiciones de trabajo, lo cual tiene implicancia en la productividad y rentabilidad de la empresa.

En el sector cosmético e higiene personal se mueve más de S/. 7,000 millones en el mercado peruano, pese a que ha existido periodos de crisis por los últimos desastres naturales en Perú, el mercado de cosméticos e higiene personal ha experimentado un crecimiento del 4%, llegando a mover más de S/. 7,000 millones para este fin de año. Según el Comité Peruano de Cosmética e Higiene Personal (Copecoh) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL), esta cifra se verá impulsada por las consumidoras peruanas que buscan levantar el ánimo con este tipo de compras. En ese sentido, el presidente del Copecoh, Ángel Acevedo destacó que el Perú se encuentra entre los países de América Latina con el índice per cápita ocupacional más alto dentro del sector con un 2,42% de empleabilidad, o 600 mil empleos. (Perú Retail, 2017).

Esto evidencia que actualmente la compra de cosméticos se ha convertido en una de las modalidades de negocios de mayor acogida entre las mujeres peruanas, en especial de aquellas que sin contar con estudios completos o un ingreso de dinero permanente, se ven de alguna manera obligadas a dedicarle tiempo a su familia. Por lo tanto esta necesidad de ingresos adicionales que le ofrece las empresas de cosméticos, ha sido una oportunidad para que las mujeres se sientan más independientes y puedan ayudar de alguna manera a la familia que tiene a cargo.

En Perú, dentro de las empresas más importantes en el rubro de ventas directas de cosméticos se encuentra ESIKA, que abarca a tres marcas: ESIKA L' BEL y CYZONE; NATURA, UNIQUE, AVON y DUPRE.

Particularmente para el caso de ESIKA, quien será la empresa de cosméticos de venta directa que se analizará en esta investigación se tiene que es una de las principales marcas de la Corporación BELCORP, quien tiene en el mercado 50 años de experiencia en la industria de la belleza, operando bajo el modelo de venta directa, cuyo propósito es lograr

realización personal a través de sus marcas L'Bel, Ésika y Cyzone, generando un impacto positivo en millones de personas de América Latina, con una red de más de 800 mil consultoras en 14 países, siendo estos: Perú, Colombia, Chile, México, Bolivia, Guatemala, Puerto Rico, Panamá, El Salvador, Costa Rica, Ecuador, Republica Dominicana, Estados Unidos y Brasil.

Así también BELCORP, más conocido por el mercado nacional e internacional como ESIKA (Si bien la corporación es BELCORP, por estrategias de marketing, se decidió que sería ESIKA el nombre que los representaría, esto porque es la más conocida en el mercado, así es más fácil identificar a ESIKA que a BELCORP), tiene un compromiso con el empoderamiento de la mujer y con su potencial para generar cambios positivos en sí mismas, en su familia y en su comunidad, tiene su fundación BELCORP, que busca impulsar el logro de los sueños y darles un futuro mejor, usando la educación como un medio para lograrlo, permitiéndoles desarrollar capacidades en niñas y jóvenes a través del acceso a una educación de calidad que les permita tener mejores oportunidades en el futuro, este programa de la fundación va dirigido a las hijas de las consultoras de los sectores más vulnerables, previo proceso de selección. A la actualidad el programa de la fundación BELCORP cuenta con 28 mil beneficiarias, con dos programas de inversión social, 14 años empoderando a la mujer, con cerca de 14 millones de dólares invertidos al 2018.

A la vez en Perú ESIKA, es una de las principales marcas de cosméticos, al 2017 cuenta con 151,693 consultoras y tiene el liderazgo del mercado 15.1%, versus un 14.8% de UNIQUE, un 7.5% de NATURA y un 5.9% de AVON, dentro de las más representativas.

Así ESIKA tiene una importante presencia en el mercado nacional de Cosméticos, mediante la venta directa, diseñando estrategias para mantener su liderazgo, hay que precisar que al 2017 en el GREAT PLACE TO WORK (Los mejores lugares para trabajar, dentro del rango de más de 1000 colaboradores) ocupó el puesto 7 en el mundo, el puesto 11 en Latinoamérica y el puesto 5 en Perú.

Al cierre de 2017, en la ciudad de Piura, que es donde se desarrolla la presente investigación se cerró con 3720 consultoras activas, y ventas de S/.925, 477 (Sólo en la última campaña).

Así entonces ESIKA es una oportunidad para las mujeres peruanas con menores restricciones calificativas y de tiempo, para generarse ingresos, aprovechando los

incentivos que ofrecen las empresas de cosméticos, permitiéndoles replantear su vida personal y familiar; logrando encarrilarse en procesos familiares de movilidad social, obteniendo así su autonomía económica, posibilitándole tener un mejor posicionamiento en el hogar permitiéndoles tomar decisiones sobre el ingresos obtenidos de este negocio.

Dada la importancia de lo antes expuesto, se ha considerado necesario realizar un estudio sobre satisfacción laboral y su relación con la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika – Piura, con el fin de conocer la realidad del bienestar de las vendedoras y que tan satisfechas están con el trabajo que realizan en la empresa. Puesto que actualmente la empresa Esika cuenta con 3720 mujeres de los distritos de Piura y Castilla que se dedican a esta actividad, y requiere obtener información de la percepción de las vendedoras respecto a cómo se sienten en el trabajo si encuentran satisfechas y que de qué manera el trabajo que realizan como vendedora ha mejorado su calidad de vida.

Con el presente estudio la empresa conocerá la realidad del ambiente laboral, y como sus colaboradoras se sienten tanto en sus aspectos sociológicos y psicológicos, que son los aspectos más importantes en una persona, para que se desarrolle dentro de una sociedad y genere productividad en una organización.

Teniendo en cuenta la realidad expresada anteriormente, a continuación se da a conocer el problema general de la investigación y los problemas específicos a desarrollar.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Pregunta general

¿Qué relación existe entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika Piura - 2017?

1.2.2. Preguntas específicas

- ¿Cuál es el nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika?
- ¿Cuál es el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika?
- ¿Cuál de los factores de la satisfacción laboral influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika?

1.3. Justificación y beneficiarios de la investigación

La presente investigación permitirá conocer la satisfacción laboral y calidad de vida de las mujeres que se dedican a la venta directa de cosméticos por catálogos en la empresa Esika, ya que se considera que toda investigación referente al ser humano en una empresa es importante, puesto que si no se cuenta con capital humano no se tiene organización, una empresa no podrá alcanzar sus objetivos, sino cuenta con el capital humano necesario para que la ayuden a lograr sus metas. Por ende, se debe contar con personas que realicen su trabajo de manera efectiva, para ello esas personas necesitan estar satisfechas con su trabajo y lograr la satisfacción personal mediante mejoras en su calidad de vida.

Asimismo existe justificación social al otorgar beneficio directo a las consultoras, ya que al evaluar los niveles de cada variable permitirá determinar si la satisfacción laboral permite que ellos se sientan satisfechos personalmente en sus aspectos sociológicos y psicológicos. Es por ello que la importancia de mejorar la calidad de vida es relevante para todo colaborador, puesto que repercute en la productividad y competitividad de las empresas.

Al contar con trabajadores satisfechos laboralmente y personalmente, provocará cambios positivos para la empresa como un agradable ambiente laboral, un alto nivel de motivación, sintiéndose orgullosos de pertenecer a la empresa y como consecuencia se podrá percibir el crecimiento de la empresa y del empleado. Finalmente el beneficio se verá reflejado en la comunidad al contar con una empresa que ofrece los mejores servicios en el sector cosméticos y que sobrepasan las expectativas de los clientes.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General:

Evaluar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika - Piura, 2017.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar el nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.
- Conocer el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

- Identificar los factores de la satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

1.5. Viabilidad y límites

Viabilidad: La elaboración de la presente investigación contó con el acceso a la empresa Esika - Piura, con el fin obtener la información para el desarrollo de la investigación. Asimismo se desarrolló a partir del el tercer trimestre del año 2017, con el fin de proyectar una mejora del problema para fines del año 2018. A la vez se cuenta con los recursos financieros necesarios para desarrollar la investigación sin ninguna dificultad.

Límites: Existen pocas investigaciones relacionadas al tema de calidad de vida laboral relacionada con la satisfacción laboral en el sector cosméticos, que no permitió mejor fundamentación de la discusión de resultados de la presente investigación.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

Bucheli, L. y Pinos, V. (2014), desarrolló la investigación titulada: *“Estudio sobre el aporte al nivel de vida que genera la venta por catálogo de cosméticos a sus consultoras en la ciudad de Quito correspondiente al periodo 2009-2013”*, en la Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Esta investigación permitió analizar el aporte al nivel de vida que genera la venta por catálogo de cosméticos a sus consultoras. Estableciendo sus objetivos específicos: Identificar el sistema multinivel, sus características y métodos de empleo a nivel mundial y en el Ecuador, conocer las estrategias y métodos que utilizan las empresa de cosméticos más posicionadas en Quito, Investigar sobre el nivel económico y calidad de vida de las consultoras, antes y después de ingresar al sistema de ventas multinivel. La variable analizada se divide en aspectos subjetivos y objetivos, en donde en aspectos subjetivos incluyen indicadores: motivación, satisfacción por parte de la empresa, calidad de tiempo y calidad de entretenimiento. Mientras que en la variable objetivas incluye indicadores: ingresos económicos e incentivos y premios. La investigación es de tipo descriptiva cuantitativa, utilizándose como instrumento la entrevista para la recolección de datos, aplicado a las vendedoras de la empresa entre 30 a 60 años de edad de diferentes zonas y de diferentes empresas como Avon, Yanbal y Belcorp. La investigación concluye que la venta por catálogo si genera una mejora en el nivel de calidad de vida de las vendedoras, al determinarse que la mayoría de estas mujeres trabajan en estas empresas para tener un ingreso adicional, que es ayuda en gran medida a la economía del hogar, al mismo tiempo que les genera tiempo para dedicarle a su familia.

Calderón, L. y Zapata, I. (2013), desarrollaron la tesis llamada: *“Identificación de los indicadores de calidad de vida aplicados a la clase media de la ciudad de Quito”*, en la Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. La presente tuvo como objetivo general: determinar los factores a través de los cuales podemos valorar la calidad de vida en la clase media de las personas de la ciudad de Quito. Siendo los objetivos específicos: ampliar el marco teórico y conceptual de lo que se entiende por calidad de vida y sus componentes, e identificar los elementos que sustenten la valoración en la calidad de vida. La investigación identifico como variable dependiente de estudios a los indicadores de la

calidad de vida, y la variable independiente los factores socioeconómicos. La investigación concluye que los indicadores para medir la calidad de vida en la clase media son: la salud, educación, economía, seguridad, buen gobierno, vida comunitaria y bienestar personal.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Grimaldo, M. (2011), realizó la tesis titulada “*Calidad de vida y estilo de vida saludable en un grupo de estudiantes de postgrado de la ciudad de Lima*”, en la Universidad de San Martín de Porres, Lima. La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre los dominios de bienestar económico, amigos, vecindario y comunidad, pareja, vida familiar, ocio, medios de comunicación, religión y calidad de vida y tres factores del estilo de vida saludable (actividad deportiva, consumo de alimentos y sueño y reposo) en estudiantes de posgrado de Ciencias de la Salud de la ciudad de Lima, Perú. Método. Diseño descriptivo-correlacional conducido con 198 profesionales de la salud, estudiantes de maestría y doctorado. Los instrumentos aplicados fueron una escala de calidad de vida y un cuestionario de estilo de vida saludable. Resultados. No se encontró correlación entre calidad de vida y actividad deportiva. Se halló correlación entre calidad de vida del dominio salud y consumo de alimentos en el grupo de edad más joven. Se observaron correlaciones moderadas entre algunos dominios de la calidad de vida (amigos, vida familiar, ocio y religión) y sueño y reposo, principalmente en el grupo que recibe entre USD719 y USD1436. Respecto al dominio vecindario, las correlaciones moderadas se hallaron en el grupo de los que ganan hasta USD 718 y en los profesionales no médicos. Conclusión. Los hallazgos del estudio muestran que existe una estrecha relación entre sueño y calidad de vida, aunque hay necesidad de continuar investigando en otros grupos muestrales.

Urbina, A. y Victoria, F. (2012), elaboró la investigación titulada: “*Satisfacción laboral y calidad de vida profesional de las enfermeras del Hospital regional Docente de Trujillo*”, en la Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. La presente se realizó con el objetivo de determinar la relación del nivel de satisfacción laboral y nivel de calidad de vida profesional de las enfermeras, con enfoque teórico conductista, basado en los estudios de Herzberg y Maslow. El diseño de investigación fue descriptivo correlacional, el universo muestral estuvo constituido por 84 enfermeras, a quienes se aplicó dos instrumentos: la escala de satisfacción laboral de Núñez y calidad de vida profesional de

CVP 35 Sánchez. El análisis de los datos se realizó con el paquete estadístico de SPSS, y la prueba estadística X^2 . Se obtuvo un nivel de satisfacción alto de 60%. Las dimensiones con un nivel de satisfacción laboral son las relacionadas con la competencia profesional y la propia satisfacción de trabajo; y con nivel bajo, las de promoción profesional, presión en el trabajo. Las dimensiones con nivel bueno de calidad de vida profesional son la motivación intrínseca y la capacidad de realizar el trabajo y la de bajo nivel, la carga de trabajo percibido. Se concluye que si existe una relación significativa entre la satisfacción laboral y la calidad de vida profesional.

2.1.3. Antecedentes locales

Guerrero, N. (2012), elaboró la investigación titulada: *“Análisis de la calidad de vida con relación a la satisfacción de los trabajadores en la Municipalidad Distrital de las Lomas – 2012”*, en la Universidad Cesar Vallejo, Piura. El objetivo de esta investigación es analizar la calidad de vida para determinar su relación con la satisfacción de los trabajadores en la Municipalidad de las Lomas y proponer un Plan de Mejora a través de la medición de factores que forman su nivel de calidad vida. Para realizar esta investigación se realizó un trabajo de campo a nivel descriptivo. La población estuvo conformada por el total de los trabajadores, ubicados en las diferentes áreas de la Municipalidad. Los instrumentos para recopilar la información fueron la encuesta y la observación directa. El diseño de cada pregunta y respuesta se hizo asignándole ponderados de 1 a 5, según escala de Likert, siendo cinco el más alto valor y uno el mínimo valor. Los resultados muestran que al relacionar el nivel de calidad de vida con la satisfacción laboral, estos están fuertemente relacionados, lo cual se confirma con el coeficiente de correlación significativo (Sig.<0.05) y cercado a uno ($r=0.833$). Un comportamiento similar se da entre las dimensiones de la calidad de vida y la satisfacción laboral, observándose en todos los casos relaciones significativas (Sig. <0.05). Además las correlaciones positivas indican que a una mejor calidad de vida conduce a una mayor satisfacción laboral en los trabajadores. A la vez se determinó que en los aspectos remunerativos, hay alta insatisfacción; la opinión mayoritaria es que las remuneraciones no son nada atractivas y que éstas no están de acuerdo a su desempeño. En los aspectos relacionados a la motivación, hay una percepción bastante favorable en lo relacionado a la evaluación del trabajo con propósitos de mejorar la tarea; no sucede lo mismo en relación a la preparación y al trato justo que reciben en la institución, en donde la mayor parte no se encuentra ni satisfecho ni insatisfecho.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Satisfacción laboral

La satisfacción laboral es una actitud hacia el trabajo, que es definida como el estado emocional positivo o placentero que surge de la evaluación del trabajo o experiencia laboral de una persona.

Para Palma (1999), la satisfacción laboral se define como la disposición o tendencia relativamente estable hacia el trabajo, basada en creencias y valores desarrollados a partir de su experiencia ocupacional. También llamada satisfacción del trabajo, se refiere a la actitud general de un individuo hacia su empleo.

La satisfacción laboral es definida por Schermerhorn, Hunt y Osborn (2005), “el grado en el cual los individuos experimentan sentimientos positivos o negativos hacia su trabajo” (pág. 118). Dos elementos cabe destacar en ésta definición: la caracterización de la satisfacción como un sentimiento en sentido positivo (satisfacción propiamente dicha) o negativo (insatisfacción), y el hecho de que ese sentimiento puede tener distintos grados de intensidad en uno u otro sentido.

Por otro lado, Davis y Newstrom (2003) estiman que la satisfacción laboral es “el conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con los que los empleados ven su trabajo” (pág. 246). Ésta definición es más amplia que la primera, pues incluye las emociones, y al igual que la anterior considera que pueden ser favorables (satisfacción propiamente dicha) o desfavorables (insatisfacción).

Para Gibson, Ivancevich y Donnelly (2001), la satisfacción laboral es “una actitud que los individuos tienen sobre su trabajo” (pág.121). En ésta definición, los autores consideran que la satisfacción laboral es un concepto más amplio que un sentimiento y/o una emoción, puesto que lo consideran como una actitud, que por lo tanto tienen un componente cognitivo, uno afectivo y otro conductual, frente al trabajo.

Asimismo Davis y Newstrom (2003), comentan que para poder definir la satisfacción laboral, deberán tomar en cuenta el concepto de las emociones, puesto que para ellos los empleados desarrollan su trabajo de acuerdo a la “motivación” recibida en el entorno laboral (p. 322).

Tomando como referencia las definiciones antes citadas, y tomando lo que ellas tienen en común, para efectos de ésta investigación se definirá la satisfacción laboral como un conjunto de sentimientos tanto positivos como negativos que tiene un trabajador hacia su trabajo, generado por diversos factores particulares relacionados con la labor que realiza y con las condiciones bajo las cuales se efectúa.

2.2.1.1. Importancia de la satisfacción laboral

García y Navarro (2007) describen que la importancia se hace referencia a:

- a) Para el trabajador: La satisfacción laboral es un mecanismo importante de desarrollo personal porque permite un equilibrio para la salud y bienestar de la misma, siendo un elemento fundamental de la generación del capital relacional y confianza. Además, permite que la persona tenga un desarrollo óptimo recibiendo fuentes de recompensa donde la situación emocional reflejará un estado de armonía, conllevando a una vida duradera, es decir la probabilidad de muerte para las personas satisfechas es de menor rango. (García y Navarro, 2007, p. 54).
- b) Para la Organización: La satisfacción laboral es necesaria para un logro adecuado de los objetivos y las demandas de vinculación afectiva ya sean de forma horizontal (gerentes- empleados) y de forma vertical (empleado – empleado). Además, es una palanca para el cambio y un punto a favor para establecer un clima organizacional homeostático. (García y Navarro, 2007, p. 54).
- c) Para el equipo de trabajo y los compañeros: la satisfacción laboral va a contribuir a un adecuado clima positivo, es decir un clima saludable donde los equipos de trabajo, realizarán un óptimo esfuerzo por realizar sus tareas laborales. Por otro lado, se establecerá las relaciones basadas en la confianza, generando conexiones positivas que son la base del capital social para una organización.
- d) Para los trabajadores y destinatarios de los servicios: La satisfacción laboral va a mejorar la calidad de servicio y mejorar la atención de las quejas por parte de los empleados, es decir el “empleado”, se sentirá satisfecho al obtener un buen trato y un buen producto (remuneración) al haberse establecido una óptima satisfacción dentro de la organización. Por ello, generará empatía e interacción con los administrativos, si existiera alguna demanda de insatisfacción por parte de los operativos, llegando a soluciones adecuadas con el fin de establecer equilibrio en ambas partes. (García y Navarro, 2007, p. 54).

2.2.1.2. Dimensiones de la satisfacción laboral

Según Herzberg (1987), la satisfacción laboral de un individuo se basa en dos factores que explican el comportamiento de las personas en su ámbito laboral, las cuales se les denomina factores extrínsecos (de higiene o de mantenimiento) y factores intrínsecos (factores motivacionales).

a) Factores Extrínsecos:

Son las condiciones en las que las personas desempeñan su trabajo, las cuales se vinculan principalmente con el contexto del puesto. Los principales factores higiénicos son: sueldo, condiciones de trabajo, seguridad en el empleo, políticas y administración de la organización, calidad de la supervisión, relación con los subordinados, relación con los colegas, relación con superiores y estatus. Con relación a lo expuesto, Guillén (2004), define algunos de los factores higiénicos, presentados por Herzberg:

- Salario: incluye el salario básico. Para Chiavenato (2005), el salario representa una de las más complejas transacciones, porque cuando una persona acepta un cargo, se compromete a una rutina diaria, a un patrón de actividades y a una amplia gama de relaciones interpersonales dentro de una organización, por lo cual recibe un salario. En el caso de la presente investigación, no se considerará el salario, puesto que las vendedoras no reciben un salario sino comisiones por las ventas realizadas.
- Condiciones laborales: incluye el horario laboral, las características del propio lugar de trabajo, sus instalaciones y materiales; para el caso de la presente investigación con respecto al horario laboral se suelen preferir horarios compatibles con actividades que faciliten su vida personal.
- Seguridad Laboral: grado de confianza del trabajador sobre su continuidad en el empleo. La estabilidad en el empleo ha ido evolucionando en función de la situación de los mercados y de las tecnologías laborales.
- Políticas Organizacionales: los lineamientos que definen el desarrollo de la vida institucional con una visión constructiva, y permite la interacción entre sus miembros, lo cual suele ser un aspecto muy

valorado, porque satisface necesidades sociales de afiliación y relación.

- Supervisión: el grado y forma de control de la organización sobre el contenido y realización de la tarea, que lleva a cabo un trabajador.
- Relaciones Interpersonales: la capacidad para establecer nexos de confianza y colaboración mutua. Para que las relaciones entre los miembros de la organización sean efectivas, se necesita tener habilidades de comunicación, saber expresarse con claridad y precisión, a fin de poderse entender fácilmente para enfrentar los conflictos e intercambiar información.

b) Factores Intrínsecos:

Están relacionados con el contenido del puesto y con la naturaleza de las tareas que el individuo ejecuta, los factores motivacionales involucran el crecimiento individual, reconocimiento, logro, progreso, responsabilidad y el trabajo mismo. Se definen algunos de los factores motivacionales o intrínsecos, presentados por Herzberg citados por Guillén (2003, p.106), entre los cuales están:

- Reconocimiento: es entendida el reconocimiento como información sobre la consecución de los objetivos recibida desde la dirección.
- Logro: se refiere a la satisfacción personal de lograr las metas que se le han propuesto así como resolver problemas, o ver los resultados de un esfuerzo.
- Progreso: le permite al ser humano mejorar su calidad de vida mediante el logro de las metas y expectativas establecidas. Existe progreso, cuando las personas tienden a mostrar mayores deseos de cooperar y participar proactivamente en la vida organizacional, pues esto representa un valor agregado a la satisfacción laboral.
- Responsabilidad: es la capacidad que tiene el trabajador para conocer, aceptar e influir en los demás, haciéndose cargo de todas las consecuencias de sus actos.
- El trabajo mismo: es el lugar donde el individuo se desempeña diariamente, donde el puesto que debe de tener cada trabajador debe estar acorde a sus habilidades y conocimientos, asimismo esperan que les ofrezcan una variedad de tareas, libertad y retroalimentación de cómo se están desempeñando, puesto que los trabajos que tienen muy

poco desafío provocan aburrimiento pero un reto demasiado grande crea frustración y sensación de fracaso.

Se considera que estos enfoques se complementan y aportan una visión general e integral de la satisfacción laboral como fenómeno psicosocial. De esta manera, se puede decir que la satisfacción que siente una persona que labora es lo que espera recibir por parte del lugar donde labora y por parte de los compañeros que comparten con él. En esta investigación enfocada en la satisfacción de las consultoras de la empresa Esika, se considera importante este enfoque, puesto que, se requiere conocer la satisfacción de las consultoras a nivel intrínseco y extrínseco, porque la efectividad de estos factores permiten que la persona tengan una buena estabilidad emocional que le permitan estar motivadas para seguir trabajando en la institución y por ende mejore su desarrollo personal y psicosocial, que es lo que busca la empresa Esika para sus consultoras.

Por lo tanto para el presente estudio se consideran los dos enfoques extrínsecos e intrínsecos con sus mismos indicadores, sin embargo el indicador salario no será tomado en cuenta, sino como comisión, puesto que, las consultoras no reciben un sueldo mensual, sino que reciben una comisión por las ventas que ellas realicen.

2.2.1.3. Medición de satisfacción laboral

La Escala General de Satisfacción (Overall Job Satisfaction) (ver tabla 2) fue desarrollada por Warr, Cook y Wall en 1979. Según Smith, Kendall y Hullin (1974), esta escala fue creada a partir de detectarse la necesidad de escalas cortas y robustas que pudieran ser fácilmente completadas por todo tipo de trabajador con independencia de su formación. A partir de la literatura existente de un estudio piloto y de dos investigaciones en trabajadores de la industria manufacturera de Reino Unido, se conformó la escala con los quince ítems finales. La escala se sitúa en la línea de quienes establecen una dicotomía de factores y está diseñada para abordar tanto los aspectos intrínsecos como los extrínsecos de las condiciones de trabajo. Está formada por dos sub escalas:

- a) Sub escala de factores intrínsecos: aborda aspectos como el reconocimiento obtenido por el trabajo, responsabilidad, promoción, aspectos relativos al contenido de la tarea, etc.

- b) Sub escala de factores extrínsecos: indaga sobre la satisfacción del trabajador con aspectos relativos a la organización del trabajo como el horario, la remuneración, las condiciones físicas del trabajo, etc.

Siendo este el instrumento que será utilizado en la presente investigación que permitirá medir los factores intrínsecos e extrínsecos estudiados por Herzberg (1987).

2.2.2. Aproximación histórica de la calidad de vida

El término calidad de vida aparece en 1975 y tiene su gran expansión a lo largo de los años ochenta. Su origen proviene principalmente de la medicina para extenderse rápidamente a la sociología y la psicología, desplazando otros términos más difíciles de operativizar como felicidad y bienestar. (García, 1991). Pero aunque el término es reciente, bajo la forma de preocupación individual y social por la mejora de las condiciones de vida, existe desde los comienzos de la historia de la humanidad. Resulta difícil pues, hablar de un enfoque histórico, ya que es más actualidad que historia.

Su desarrollo tiene dos fases claramente delimitadas. La primera de ellas surge con las primeras civilizaciones, se extiende prácticamente hasta finales del siglo XVIII y se preocupa básicamente por la salud privada y pública. La segunda aparece con el desarrollo de la concepción moderna del estado, y la instauración de una serie de leyes que garantizan los derechos y el bienestar social del ciudadano, proceso extremadamente reciente que converge con la aparición del “estado del bienestar” (Harris, 1990).

El "Informe Chadwick" (1842) en Inglaterra y el Informe Shattuk" (1850) en Estados Unidos están considerados como los comienzos de una acepción de la Salud Pública en la que los aspectos de salud y de bienestar social están íntimamente imbricados. En ambos informes se analizan conjuntamente la salubridad pública, las condiciones de trabajo, la dieta y el sistema alimenticio, la tasa de mortalidad y la esperanza de vida, el sistema de escolarización, el estado de las viviendas y de las ciudades así como las formas de vida de las distintas clases sociales (Piédrola, 1991).

El reconocimiento de los derechos humanos y de los derechos de los ciudadanos en los estados del siglo XIX dio lugar a nuevas formas de calidad de vida consistentes en el reconocimiento de la actividad y de la acción individual, de la lucha política y de la libertad de asociación y reunión, de la libertad de creencias, de opiniones y de su libre

expresión. El concepto de calidad de vida ganaba así una nueva frontera social y política.

A partir de la Segunda Guerra Mundial el establecimiento de las democracias parlamentarias y la instauración de una economía de mercado ha permitido un desarrollo económico sin igual. Si la iniciativa privada ha permitido la generación de importantes capitales personales y familiares, el concepto de justicia social y distributiva y el establecimiento de sistemas fiscales ha permitido la creación de bienes colectivos y públicos para su uso comunitario. En este contexto la calidad de vida se ha asociado al desarrollo económico, a la instauración de un mercado de consumo y a la adquisición de bienes materiales, privados y públicos. (Harris, 1990).

El posible error en esta última fase ha consistido en vincular la calidad de vida al puro desarrollo económico, olvidando los aspectos más cualitativos del concepto (Blanco, 1985).

A lo largo de su desarrollo histórico, el concepto de calidad de vida se ha caracterizado por su continua ampliación. De forma sucinta podría considerarse que si inicialmente consistía en el cuidado de la salud personal, pasa luego a convertirse en la preocupación por la salud e higiene públicas, se extiende posteriormente a los derechos humanos, laborales y ciudadanos, continúa con la capacidad de acceso a los bienes económicos, y finalmente se convierte en la preocupación por la experiencia del sujeto de su vida social, de su actividad cotidiana y de su propia salud. El concepto deviene así más rico, complejo y también frágil.

2.2.2.1. Calidad de vida

Levi y Anderson (1980) la definen como una medida compuesta de bienestar físico, mental y social, tal y como lo percibe cada individuo y cada grupo. En este sentido Andrews y Whithey (1976) insisten en que no es el reflejo de las condiciones reales y objetivas, sino de su evaluación por el individuo.

Según Buchelli y Pinos (2014), calidad de vida es “el término multidimensional de las políticas sociales que significa tener buenas condiciones de vida objetivas y un alto grado de bienestar subjetivo, y también incluye la satisfacción colectiva de necesidades a través de políticas sociales en adición a la satisfacción individual de necesidades”. (pág. 34):

Para la Organización Mundial de la Salud, la calidad de vida es: la percepción que un

individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes. Se trata de un concepto muy amplio que está influido de modo complejo por la salud física del sujeto, su estado psicológico, su nivel de independencia, sus relaciones sociales, así como su relación con los elementos esenciales de su entorno. (OMS, 2011).

Calidad de vida es una medida compuesta de bienestar físico, mental y social, tal como la percibe cada individuo y cada grupo, y de felicidad, satisfacción y recompensa las medidas pueden referirse a la satisfacción global, así como a ser componentes. Incluyendo, vivienda, situación, competencia, sentido de pertenecer a ciertas instituciones y confianza en otros. (Levy y Anderson, 1980, p. 7).

De forma global Lawton et al. (1984) la define como el conjunto de evaluaciones que el individuo hace sobre cada uno de los dominios de su vida actual. Shin y Johnson (1978) proponen una definición que puede ser operativizada: “La posesión de los recursos necesarios para la satisfacción de las necesidades y deseos individuales, la participación en las actividades que permitan el desarrollo personal y la comparación satisfactoria con los demás” (pág. 56), aspectos todos que dependen del conocimiento y la experiencia previa del sujeto.

Desde esta perspectiva, la calidad de vida aparece como la intersección de las áreas objetivas y subjetivas, incapaz de ser evaluada a partir de uno sólo de sus dos polos o focos. Como ocurre con una elipse, necesita la referencia a ambos focos para poder ser descrita.

2.2.2.2. Importancia de la calidad de vida

La calidad de vida tiene importancia, debido a que se la puede utilizar para la evaluación de las necesidades de los seres humanos, y de esta manera llegar al bienestar colectivo e individual de las personas. La calidad de vida tiene importancia pues es un concepto organizador aplicable en general a la mejora de la sociedad, pero en especial aplicable a la mejora de los humanos. (Buchelli y Pinos, 2014, pág. 33).

El tener una buena relación y acción con la sociedad ayudará a mantener una calidad de vida placentera. Es importante tomar en cuenta que la actitud es uno de los factores que puede influenciar al momento de relacionarnos con la sociedad.

2.2.2.3. Dimensiones de la Calidad de vida laboral

Según los estudios de Carretero et al. (1980), define a la calidad de vida del individuo en relación a una serie de factores sociales importantes, estos factores hacían referencia a:

- a. Salud: Probabilidad de una vida sana a lo largo de todas las etapas de la vida. Impacto de los impedimentos de salud en los individuos.
- b. Desarrollo individual mediante la educación: Interés por los conocimientos básicos, habilidades y valores necesarios para el desarrollo del niño. Oportunidades para continuar el autodesarrollo.
- c. Empleo: Posibilidad de disponer de empleo remunerado para aquellos que lo deseen.
- d. Tiempo y ocio: Posibilidad de elegir el destino del tiempo libre.
- e. Bienes y servicio: Disponibilidad personal de bienes y servicios.
- f. Entorno físico: Condiciones de la vivienda.
- g. Seguridad personal: Violencia, daños y persecución sufrida por los individuos.

Podemos decir que desde la perspectiva sociológica, la calidad de vida sería equivalente a la satisfacción de los dos niveles de la jerarquía de las necesidades humanas de Maslow (1968), es decir la subsistencia y la seguridad.

Desde el campo de la psicología, la calidad de vida es un concepto básicamente referido al tipo de respuesta individual y social ante el conjunto de situaciones reales de la vida diaria. Es decir, aunque recoge los componentes del bienestar objetivo, se centra en la percepción y estimación de ese bienestar, en el análisis de los procesos que conducen a esa satisfacción y en los elementos integrantes de la misma.

Por otra parte, hay autores (Palmore y Luikart, 1972; Larson, 1978; Wilkening) que demostraron que estas condiciones objetivas de vida estaban solo relacionadas con la experiencia subjetiva de una mejor calidad de vida. Este argumento ha sido confirmado por estudios epidemiológicos que demuestran que por encima del nivel de pobreza establecido por las Naciones Unidas, el nivel de vida pierde su transcendencia en la calidad de vida. Con este enfoque los aspectos subjetivos se constituyen en el pilar fundamental de la calidad de vida.

Estos aspectos subjetivos se relacionan con los factores psicológicos, en donde se entiende como bienestar personal, considerando aspectos relativos al logro del placer, o al crecimiento personal (Gallardo y Moyano, 2012, pág. 932). De esta forma, la calidad de vida sería el resultado de la sumatoria de la satisfacción experimentada en los distintos dominios de la vida de una persona o, dicho de otra forma, el auto-reporte acerca del bienestar personal. (Felce y Perry, 1995, pág. 51).

El bienestar psicológico y subjetivo es considerado como formas de comprender la calidad de vida desde la psicología, teniendo en cuenta sobre todo aspectos subjetivos como la satisfacción con la vida y el crecimiento personal (Ryff y Singer, 1998, pág. 70). De la misma forma, el optimismo disposicional ha estado fuertemente relacionado con la calidad de vida desde el punto de vista psicológico, evidenciándose que a mayor optimismo, mayor bienestar. Por otra parte, las personas que contemplan las consecuencias futuras de sus acciones, tienden a pensar en salidas alternativas a situaciones que les producen efectos emocionales negativos, reduciendo así su impacto en el bienestar (Strathman, Gleicher, Boninger y Edwards, 1994, pág. 742).

Por lo tanto según los estudios de Ryff y Keyes (1995, pág.719), los factores de la calidad de vida desde el punto de vista psicológico son:

- a. Autonomía
- b. Relaciones sociales positivas
- c. Dominio del entorno
- d. Crecimiento personal
- e. Auto aceptación
- f. Propósito en la vida

En este aspecto se enfoca directamente en la personalidad, es decir hace referencia a los sentimientos o intereses personales, al modo de pensar y de sentir, la forma en la que se desenvuelve cada individuo, en el entorno que lo rodea.

Por lo tanto la presente investigación se enfocará en analizar tanto los factores sociológicos y psicológicos para la medición de la calidad de vida.

2.2.2.4. Medición de la calidad de vida

La calidad de vida desde el punto de vista psicológico se medirá a través de la escala de BP Ryff y Keyes (1995), la cual se compone de seis factores: autonomía (AUTO), relaciones sociales positivas (RSP), dominio del entorno (DE), crecimiento personal (CP), auto aceptación (A) y propósito en la vida (PV). La cual están organizados en 35 ítems en una escala tipo Likert que va de 1 (Totalmente en desacuerdo) a 6 (Totalmente de acuerdo).

2.2.3. Venta Directa

El Código de Ética de la CAPEVEDI indica en su artículo 1.2 que la venta directa es “la comercialización de productos y/o prestación de servicios que un empresario independiente efectúa directamente a los consumidores en sus viviendas, lugares de trabajo u otros espacios, para lo cual usualmente brinda información sobre los productos y/o servicios y realiza demostraciones” (CAPEVEDI, 2015).

El sistema de venta directa reúne las siguientes características:

- a) Implica la comercialización de productos y/o la prestación de servicios.
- b) Es realizada por una persona, siguiendo las indicaciones de una empresa.
- c) Es realizada de manera directa, es decir, no a través de un local comercial, sino que se efectúa mediante la directa visita al cliente, ya sea en su domicilio, en su trabajo, etc.
- d) Implica brindar información sobre el producto y/o el servicio, realizar demostraciones de los mismos, entregar los productos y/o servicios ofrecidos y recibir los pagos correspondientes por las ventas realizadas.
- e) El beneficio para el colaborador será una comisión por la venta del producto y/o el servicio, más los incentivos que se hubieran pactado con la empresa. (COPECOH, 2015).

2.2.3.1. Distinción con otros modelos de venta

Según Moreno (2013) en su artículo la contratación en la venta directa, es importante tener en claro lo que significa un sistema de venta directa, a efectos de establecer las diferencias con otros sistemas relativamente parecidos, pero que en verdad no son venta directa. A veces estos otros sistemas son usados para disfrazar la venta directa, para crear

confusión o para aprovecharse de las ventajas de la venta directa; por ello realizaremos las distinciones entre: (i) la venta directa y la venta multinivel y (ii) la venta directa y la venta piramidal.

La venta directa es básicamente la venta realizada directamente a una persona o grupo de personas, sin intermediarios, y visitando directamente a los consumidores para el ofrecimiento de los productos y/o los servicios. (CAPEVEDI, 2015).

a. La Venta Binivel

La venta se realiza a través de un catálogo de ventas y vende persona a persona.

b. La venta multinivel

Implica una estructura más compleja donde lo importante es no sólo vender sino también formar una red de distribuidores (y gerenciar) que permitan ganar más dinero por ventas a través de las comisiones y premios generados por la red de distribuidores que el vendedor tiene a cargo. Véase que el referir personas es una opción, más no una obligación, puesto que sino caeríamos en un esquema de venta piramidal, sancionado en la gran mayoría de países del mundo, como explicaremos más adelante.

Precisamente se denomina multinivel porque la persona a quien se contrate podría referir, a su vez, a otras personas y, así, sucesivamente, generándose ganancias a todos los participantes y, por supuesto, a la empresa.

c. La venta piramidal

En la gran mayoría de países del mundo, la venta piramidal es considerada una estafa. A su vez, la Asociación de Empresas de Venta Directa de España ha establecido las principales diferencias entre la venta directa y la venta piramidal en los siguientes términos:

- La venta directa es un sistema legal y regulado, mientras que la venta piramidal es un sistema ilegal y sancionado por las normas.
- Las empresas de venta directa son legalmente constituidas y transparentes, mientras que las empresas de venta piramidal no son claramente identificables y su actividad y denominación no están claramente definidas.
- En la venta directa, para formar parte de la red comercial, los interesados pagan una pequeña cuota que incluye productos para su venta y manuales de formación,

mientras que en la venta piramidal se paga una alta cuota de entrada y el beneficio de la venta piramidal proviene precisamente del reclutamiento.

- En la venta directa se ofrecen productos de calidad y que cumplen altos estándares, mientras que en la venta piramidal el producto no es lo más importante, sino que la ganancia se obtiene por la captación de nuevas personas que compran productos de dudosa calidad.
- En la venta directa el cliente tiene garantías para devolución del producto si es que se encuentra insatisfecho, mientras que en la venta piramidal no existen dichas garantías.
- Las empresas de venta directa ofrecen formación, una oportunidad de negocio independiente y el respaldo de una marca acreditada, con productos de calidad, mientras que las empresas de venta piramidal ofrecen ganar dinero rápidamente, donde los niveles inferiores pagan las ganancias de los situados en la parte alta de la pirámide.
- En la venta directa los ingresos provienen de la venta de los productos (de modo que cuanto más se venda, más ingresos habrán), mientras que en la venta piramidal los ingresos provienen de reclutar a nuevas personas y de la inversión que realizan éstas.

2.2.3.1.1. La contratación en la venta directa.

En el Perú no existe una regulación normativa específica sobre la venta directa, a diferencia de otros países -como México- que sí cuentan con ella; sin embargo, es un creciente sistema de comercialización, de especial trascendencia en nuestro país, como lo demuestra el Grupo Belcorp (Esika, Cyzone, Lebel) , la décima empresa de venta directa más grande del mundo,

Los incentivos

La retención de los vendedores se vuelve necesaria e imprescindible para la subsistencia de la empresa que comercializa productos a través de la venta directa. Así, en un sistema tan personalizado como es la venta directa, es importante la continuidad del vendedor (colaborador), ya que el mismo posee una cartera de clientes fiel a él, que genera ganancias a favor de la empresa de venta directa. Si el colaborador deja de pertenecer a la empresa entonces lo más probable es que la empresa perderá a esos clientes, ya que - en la mayoría de los casos- eran clientes del colaborador, mas no clientes de la empresa.

Sin embargo, a pesar que el colaborador pueda incorporarse a la empresa de venta directa por diferentes razones, lo cierto es que su permanencia dependerá significativamente de la obtención de beneficios económicos en el corto plazo. Para ello, el principal mecanismo de atracción y retención de los colaboradores será el otorgamiento de incentivos. (Universidad Belcorp, 2016).

2.2.3.2. La relación colaborador-consumidor.

En cuanto a la relación entre el colaborador (vendedor) y los consumidores vamos a aplicar la normativa civil sobre contrato de compraventa y el Código de Ética de la CAPEVEDI, que tiene un capítulo dedicado a los consumidores. Véase que contratar con una empresa afiliada a la CAPEVEDI ofrece seguridad para el consumidor, ya que la referida afiliación supone que dicha empresa respeta el Código de Ética. Ahora, si una empresa de venta directa no actúa conforme al Código de Ética, igual podría accionarse ante la Comisión de Protección al Consumidor del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). (CAPEVEDI, 2015).

2.2.3.3. Venta Directa y el Impacto Socio Económico.

En el Perú 7 de cada 10 mujeres, sufrieron algún tipo de violencia. Este es el género más vulnerable en el país. Según la Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (Endes) 2015 del INEI, en el país el 71.5% de las mujeres sufrió alguna vez por violencia de parte de su pareja, y de este porcentaje, 35.7% fue afectada por violencia física, 8.4% por violencia sexual y 67.5% por violencia psicológica o verbal . La venta directa no solo les devuelve autoestima sino una opción de aportar dinero al hogar (muchos de estos hogares son de escasos recursos).

Las mujeres recurren a la venta directa como una alternativa ante varias dificultades de género como por ejemplo: No son idóneas para un puesto empresarial, han superado un límite de edad, debido al cruce de tiempo entre la demanda de horario que un puesto de oficina requiere y la atención y cuidado de los hijos y del hogar. Otro factor incluso tiene que ver con el estrato social de la mujer. Estos son algunos factores que las marginan del mercado laboral formal. De ahí que el género femenino ha sido clave para dinamizar este tipo de negocio y que sean las mujeres quienes lideran la industria. Además, cuentan con otras habilidades y destrezas que les facilita que las ventas se concreten más rápido: su habilidad para comunicarse e interrelacionarse mejor, la paciencia para el seguimiento

de una venta y la constancia para seguir en el negocio, aunque al principio no se obtengan las ganancias esperadas.

La situación actual de Perú y Piura en donde se observan, que pese a algunos avances es persistente la brecha laboral entre mujeres y hombres y más aún la alta dependencia económica de mucha de ellas a sus parejas, haciéndolas muchas veces víctimas de violencia. Para ser más preciso, según las cifras del INEI (2015), en Piura solo el 39.9% de la PEA ocupada es femenina, de igual forma en Piura al 2015 la proporción del ingreso de las mujeres respecto al de los hombres es de 64.3, por debajo del promedio nacional (71.4), esto es que un hombre gana 40% más que una mujer. Sólo el 29% de la población femenina se encuentra adecuadamente empleada, a diferencia de los hombres que lo están en 55% y las mujeres piuranas poseen un ingreso mensual de 691.8 soles promedio (por debajo del nacional: 1052.7 soles), frente a los 1075.7 soles mensuales que gana un hombre en Piura (promedio nacional 1475.3).

Las ventas directas de cosméticos, empoderan económica y socialmente a la mujer peruana, permitiéndoles replantear su vida personal y familiar; obteniendo así su autonomía económica, en un proceso de empoderamiento que versa sobre el potencial poder de la mujer y sus logros individuales a través de la obtención de los ingresos extras que provee la venta directa de cosméticos, más aun la independencia económica es el único medio de superación de la mujer; sino también que el desarrollo de capacidades y habilidades propias son una forma de empoderamiento como parte de un proceso económico, social y cultural, que le permiten revalorarse, y sentir que son importantes, logrando aprender a tomar sus propias decisiones y a organizar sus vidas, estos como consecuencia de las capacidades adquiridas en ESIKA.

2.3. Glosario de términos

Factores extrínsecos:

Aspectos exógenos que provocan el comportamiento del hombre.

Factores intrínsecos:

Aspectos internos que provocan el comportamiento del hombre.

Factores sociológicos:

Aspectos relacionados con la subsistencia y la seguridad personal.

Factores psicológicos:

Aspectos relativos al logro del placer, o al crecimiento personal

Comisión:

Aquella cantidad que se percibe por concretar una transacción comercial y que corresponderá a un porcentaje determinado sobre el importe total de la operación comercial.

Condiciones laborales:

Está vinculada al estado del entorno. Se refiere a la calidad, la seguridad y la limpieza de la infraestructura, entre otros factores que inciden en el bienestar y salud del trabajador.

Seguridad laboral:

Realza la propiedad en donde no se registran peligros, daños ni riesgos dentro del entorno laboral.

Políticas organizacionales:

Son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre problemas que se repiten una y otra vez dentro de una organización.

Supervisión:

Acción de inspeccionar, controlar un trabajo o actividad, ejercida por una persona ampliamente capacitado para monitorear y controlar al personal.

Relacionales:

Son los sentimientos generados por las relaciones laborales con los compañeros y mandos.

Interpersonal:

Es una interacción recíproca entre dos o más personas. Se trata de relaciones sociales que, como tales, se encuentran reguladas por las leyes e instituciones de la interacción social.

Reconocimiento:

Es la necesidad de aprobación y estima de los demás.

Logro:

Cumplir con un objetivo planteado.

Progreso:

Implica una mejora en la condiciones de vida de las personas. Capacidad de las personas para lograr un crecimiento profesional y tener los recursos necesarios para satisfacer necesidades básicas y obtener nuevas comodidades.

Responsabilidad:

Es el cumplimiento de las obligaciones, o el cuidado al tomar decisiones o realizar algo. Se trata de una característica positiva de las personas que son capaces de comprometerse y actuar de forma correcta.

Salud:

Condición de todo ser vivo que goza de un absoluto bienestar tanto físico como a nivel mental y social.

Desarrollo individual

Proceso de transformación mediante el cual una persona adopta nuevas ideas o formas de pensamiento (creencias), que le permiten generar nuevos comportamientos y actitudes, que dan como resultado un mejoramiento de su calidad de vida.

Empleo:

Hace referencia al hecho de mantener ocupado a un individuo, solicitándolo un servicio para una determinada función renumerada.

Tiempo y ocio

Tiempo libre de una persona, tiempo de recreación de un individuo para organizarse de acuerdo a su propia voluntad.

Bienes:

Materiales que poseen un valor y son evaluados en términos monetarios.

Servicios:

Actividades, beneficios o satisfacciones intangibles que una organización proporciona a los consumidores, a cambio de dinero o algo más de valor.

Entorno físico:

Entorno que rodea a una persona y que influye en su desarrollo.

Autonomía:

Se describe como la capacidad que tiene un individuo de sentir, pensar y tomar decisiones por sí mismo.

Relacionales sociales:

Conexión que se establece con otras personas. Aquellas interacciones sociales que se encuentran reguladas por normas sociales entre dos o más personas.

Dominio del entorno:

Capacidad que dispone una persona para manejar el entorno en que se desarrolla a diario.

Crecimiento personal:

Se entiende la actualización de las potencialidades humanas (psicológicas y espirituales) que la persona puede hacer más allá de su desarrollo natural en función de la edad.

Auto aceptación:

Reconocer que somos valiosos y dignos de ser queridos y respetados a pesar de no ser perfectos. La auto aceptación es el primer paso para una autoestima alta. La auto aceptación surge de enfrentar los retos de la vida con energía.

Propósito en la vida

Es la intensión o el ánimo de hacer o dejar de hacer algo en el desarrollo de la vida personal.

Satisfacción laboral:

Demuestra la sensación de bienestar y/o malestar que manejan los empleados, en el desarrollo de su trabajo, con base en la variedad, la autonomía y la retroalimentación.

Vida:

Científicamente, podría definirse como la capacidad de administrar los recursos internos de un ser físico de forma adaptada a los cambios producidos en su medio.

2.4. Hipótesis**2.4.1. Hipótesis general**

H0: El nivel de satisfacción laboral no tiene una relación significativa con el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika – Piura, 2017.

H1: El nivel de satisfacción laboral tiene una relación significativa con el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika – Piura, 2017.

2.4.2. Hipótesis específicos

Hipótesis específico 1:

H1: El nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, es regular.

Hipótesis específico 2:

H1: El nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, es regular.

Hipótesis específico 3:

H1: Los factores de la satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, son los factores intrínsecos.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de la investigación

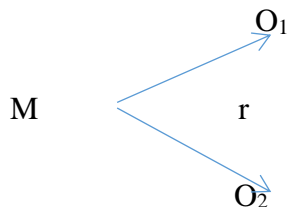
3.1.1. Tipo de la investigación

De acuerdo al tipo de investigación se determina como no experimental y aplicada por cuanto soluciona problemas de la vida práctica del hombre y su relación con la comunidad, poniendo en valor los conocimientos descubiertos por la investigación.

Según Hernández, R., Fernández, C .Baptista, P. (2010). La investigación no experimental es sistemática y empírica en la que las variables independientes no se manipulan. Las inferencias sobre las relaciones entre las variables se realizan sin intervención o influencia directa y dichas relaciones se observan tal como se han dado en su contexto natural. (.p.207).

3.1.2. Diseño de la investigación

El diseño de una investigación se determina en base al tipo de investigación. Por lo tanto se desarrollará el diseño descriptivo, transeccional, correlacional que relaciona:



Donde:

M = Es la muestra

O₁ = Es la observación a la variable independiente.

r = Es el coeficiente de correlación entre las 02 variables

O₂ = Es la observación a la variable dependiente.

3.2.Población y muestra

3.2.1. Población

La población estará constituida por todos las mujeres que se dedican a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika en las ciudades de Piura y Castilla encontrándose que estas ascienden a 3720 mujeres (consultoras).

3.2.2.2. Muestra

Para determinar la muestra para la aplicación de las encuestas que permitirán obtener la mayor información y contrastar las hipótesis planteadas, se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * p * q * Z_{\alpha}^2}{e^2(N - 1) + p * q * Z_{\alpha}^2} =$$

$$N = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (3720)}{3720 (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$N = 348.21$$

Dónde:

- Z = desviación estándar correspondiente a un nivel de significancia o error fijado
- E = error tolerable
- p = Proporción de elementos a favor
- q = Proporción de elementos no a favor
- N = Número de consultoras.

Por lo tanto la muestra a utilizar para el desarrollo del estudio, que representa adecuadamente a la población es de 348 personas dedicadas a la venta directa (consultoras).

3.4. Variables

3.4.1. Variable Independiente

Definición conceptual:

Se define a la satisfacción laboral como: conjunto de sentimientos tanto positivos como negativos que tiene un trabajador hacia su trabajo, generado por diversos factores particulares relacionados con la labor que realiza y con las condiciones bajo las cuales se efectúa. (Loke, 1969).

Definición operacional:

La satisfacción laboral se medirá a través de las dimensiones: factores extrínsecos y factores intrínsecos, mediante la aplicación de la Escala General de Satisfacción (Overall Job Satisfaction).

3.4.2. Variable Dependiente

Definición conceptual

Se define a la calidad de vida como: conjunto de elementos y condiciones de vida de un individuo, lo que permite que la existencia sea realizada y digna de ser vivida. (Bucheli y Pinos, 2014).

Definición operacional

La calidad de vida se medirá a través de factores sociológicos y factores psicológicos, mediante un cuestionario que se emplea la escala de Likert.

3.5. Operalización de variables

Cuadro 3-1.Operalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores
Satisfacción laboral	Factores Extrínsecos	Comisión
		Condiciones laborales
		Seguridad laboral
		Políticas organizacionales
		Supervisión
		Relaciones interpersonales
	Factores intrínsecos	Reconocimientos
		Logro
		Progreso
		Responsabilidad
		El trabajo mismo

Fuente: Herzberg (1987). *Factores de la Satisfacción Laboral*.

Variable	Dimensiones	Indicadores
Calidad de vida	Factores sociológicos	Salud
		Educación
		Empleo
		Tiempo y ocio
		Bienes y servicios
		Entorno físico
		Seguridad
	Factores psicológicos	Autonomía
		Relaciones sociales
		Dominio del entorno
		Crecimiento personal
		Auto aceptación
		Propósito en la vida

Fuente: Carretero et al. (1980). *La calidad de la vida en el proceso de humanización*. Ryff, C. y Keyes, C. (1995). *Se revisa la estructura del bienestar psicológico*.

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica de recolección de datos es la encuesta, para la cual se utilizó como instrumento al cuestionario para la medición de las variables de estudio. Para medir la satisfacción laboral se utilizará el cuestionario de la escala general de Satisfacción (Overall Job Satisfaction), que fue desarrollada por Warr, Cook y Wall en 1979, la cual se consideran 15 ítems, asimismo para la medición de la variable calidad de vida se basó en los estudios de Carretero et al. (1980) y Ryff y Keyes (1995), la cual estuvo conformada por 48 ítems.

Las respuestas de los cuestionarios tienen opciones de respuesta de tipo Likert, para ello se utilizaron cinco categorías de respuesta.

Para la satisfacción laboral:

Cuadro 3-2. Categorías de respuesta – satisfacción laboral

Muy insatisfecho	Insatisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
1	2	3	4	5

Para determinar el nivel de satisfacción laboral:

Cuadro 3-3. Niveles de satisfacción laboral

Categorías	Nivel de satisfacción laboral	Rangos de medición
Muy insatisfecho	Muy Bajo	1 a ≤ 1.8
Insatisfecho	Bajo	>1.8 a ≤ 2.6
Ni satisfecho ni insatisfecho	Regular	>2.6 a ≤ 3.4
Satisfecho	Alto	>3.4 a ≤ 4.2
Muy satisfecho	Muy alto	>4.2 a ≤ 5

Para la calidad de vida:

Cuadro 3-4. Categorías de respuesta-calidad de vida

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Para determinar el nivel de calidad de vida:

Cuadro 3-5. Niveles de calidad de vida

Categorías	Nivel de calidad de vida	Rangos de medición
Totalmente en desacuerdo	Muy Bajo	1 a ≤ 1.8
En desacuerdo	Bajo	>1.8 a ≤ 2.6
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Regular	>2.6 a ≤ 3.4
De acuerdo	Alto	>3.4 a ≤ 4.2
Totalmente de acuerdo	Muy alto	>4.2 a ≤ 5

3.7. Métodos de análisis de datos

De acuerdo al enfoque y alcance del estudio y para cumplir con los objetivos de la investigación, los resultados se procesaran con los programas IBM SPSS 23.0 y EXCEL. En ellos se construirá los cuadros y gráficos y se calculará las frecuencias descriptivas de cada pregunta establecida en la encuesta.

La correlación entre calidad de vida y satisfacción laboral, se analizó a través del coeficiente de correlación de Spearman. El coeficiente de correlación varía entre 0 y 1, pudiendo ser positivo o negativo, utilizándose un nivel de significación del 5%.

Dónde para que exista una correlación positiva se debe de cumplir que:

ROH: correlación, $r > 0.3$

Sig: nivel de significancia, $\text{Sig} < 0.05$

Así mismo una correlación positiva puede estar entre los siguientes rangos:

Cuadro 3-6. Correlaciones

Correlación positiva alta	0.7 -0.89
Correlación positiva moderada	0.4 – 0.69
Correlación positiva muy alta	0.9 – 0.99
Correlación positiva grande y perfecta	1

Fuente: Moore, D. S. (2005). Estadística aplicada básica.

Por lo tanto para que exista una correlación positiva significativa los resultados deben estar entre los rangos 0.9 - 1.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Confiabilidad del instrumento

Con el fin de determinar la fiabilidad del instrumento se determinó a través del indicador Alfa de Crombach:

Cuadro 4-1. Indicador Alfa de Crombach

Estadísticas de fiabilidad		
Dimensiones	Alfa de Crombach	Nº de elementos
SATISFACCIÓN LABORAL	,884	15
Factores Extrínsecos	,836	9
Factores intrínsecos	,852	6
CALIDAD DE VIDA	,959	48
Factores sociológicos	,884	13
Factores psicológicos	,959	35

Fuente: Resultados SPSS 23.

El indicador alfa de Crombach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica. La validez de un instrumento mide aquello que se pretenda medir. El valor mínimo aceptable para el coeficiente de crombach es 0,7; por debajo de ese valor la consistencia interna de la escala utilizada es baja. Por su parte, el valor máximo esperado es 0,90, considerándose que la escala es excelente.

El cuadro 4.1 muestra un resultado de 0,88 para los 15 elementos que conforman la variable satisfacción laboral y 0,95 para los 48 elementos de la variable calidad de vida laboral demostrando que el cuestionario es fiable para el desarrollo de la investigación. Asimismo los resultados por cada dimensión también mostraron resultados fiables para su medición.

4.1.2. Nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

4.1.2.1. Factores extrínsecos

Tabla 4-1. Nivel de satisfacción en el factor extrínseco: Promedio

Indicadores	Media	Desviación estándar
Comisión	3,52	1,11435
Condiciones laborales	3,74	,80117
Seguridad laboral	3,54	1,12927
Políticas organizacionales	3,89	,89598
Supervisión	3,74	1,15975
Relaciones interpersonales	3,83	,87141
Factores extrínsecos	3,75	,69572

Fuente: Cuestionario aplicado a las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Belcorp.

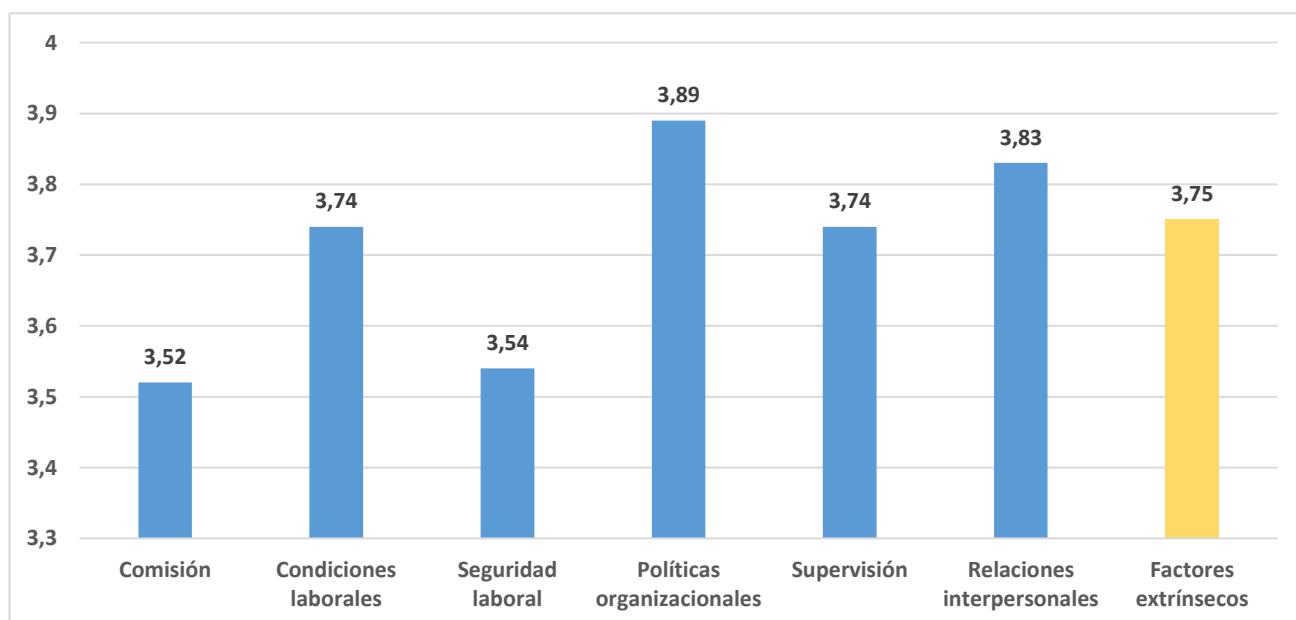


Figura 4-1. Nivel de satisfacción en el factor extrínseco de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

Fuente: Tabla 4-1.

Los promedios superiores a los 3.4 puntos dan cuenta de una satisfacción laboral alta, demostrándose en la mayoría de los indicadores que conforman el factor extrínseco.

A la vez se refleja los niveles más alto de los indicadores que conforman el factor extrínseco las cuales fueron: las políticas organizacionales (3.89 puntos), las relaciones interpersonales (3.83 puntos), las condiciones laborales y supervisión (3.74 puntos respectivamente).

Esto se debe a que las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, expresaron que existe un nivel alto (promedio mayor de 3.4 puntos) en cuanto a políticas organizacionales, esto se refiere básicamente a los incentivos (premios) que se les otorga cada campaña o cada 2 campañas, generando entusiasmo y satisfacción, la cuantía de comisiones que le ofrece la empresa Esika; a las condiciones físicas y al tiempo que realiza sus ventas; a la seguridad laboral que le ofrece la empresa; a la libertad que se le otorga para elegir su propio método de trabajo; al líder que las capacita; a la forma en que es usted supervisada por su líder; a la relación con su líder y su Gerente de Zona y a la relaciones con otras consultoras.

4.1.2.2. Factores intrínsecos

Tabla 4-2. Nivel de satisfacción en el factor intrínseco: Promedio

Indicadores	Media	Desviación estándar
Reconocimientos	3,63	1,10399
Logro	3,78	,92178
Progreso	3,76	,90341
Responsabilidad	3,92	,85709
Trabajo mismo	3,77	,74510
Factores intrínsecos	3,77	,69377

Fuente: Cuestionario aplicado a las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

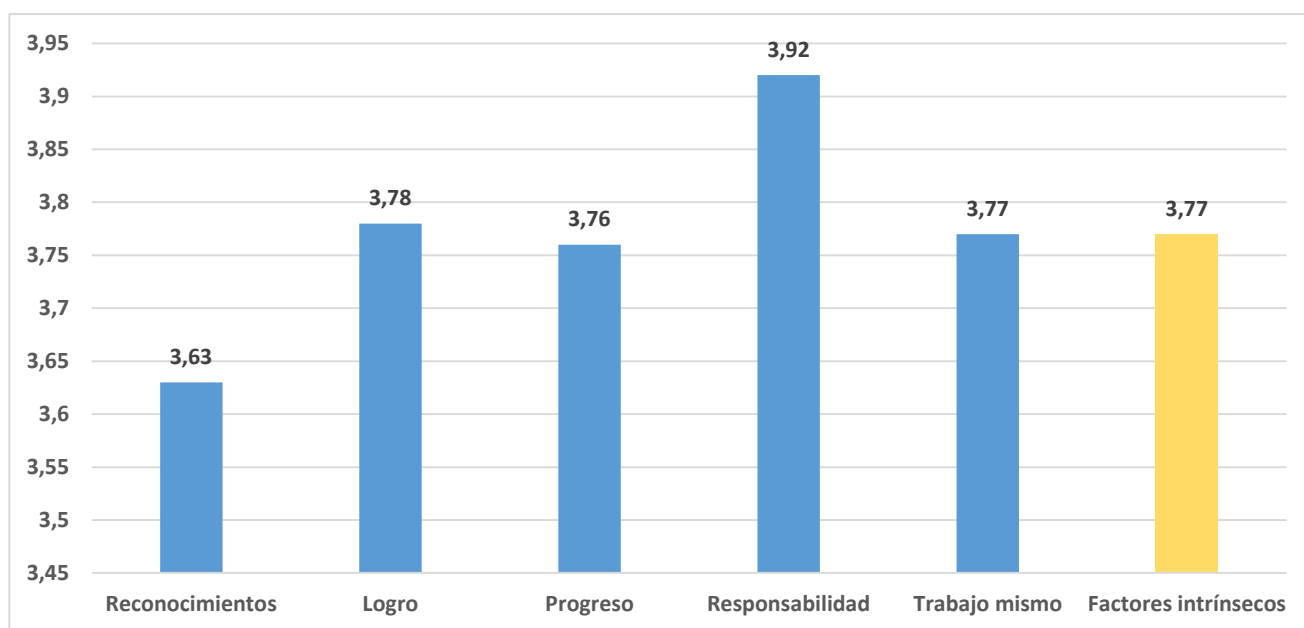


Figura 4-2. Nivel de satisfacción en el factor intrínseco de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.
Fuente: Tabla 4-2.

Con relación al factor intrínseco, los resultados dan razón de un nivel de satisfacción alto, por la mayoría de los indicadores que mostraron promedios mayores de 3.4 puntos. En donde se mostraron niveles más altos en los indicadores responsabilidad (3.92 puntos), logro (3.78 puntos), trabajo mismo (3.77 puntos) y el progreso (3.76 puntos).

Esto se refleja en los niveles altos respecto a la cantidad de responsabilidad que se le confía; a las oportunidades de promoción y logro con las que cuenta; a la variedad del trabajo y a la atención que se presta a sus sugerencias como vendedora; a las oportunidades que se le dan para demostrar sus habilidades y ascender. Asimismo al reconocimiento que obtiene por el logro de metas y respecto a la cantidad de responsabilidad que se le confía.

Tabla 4-3. Nivel de satisfacción laboral: Promedio

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Factores extrínsecos	3,75	,69572
Factores intrínsecos	3,77	,69377
SATISFACCIÓN LABORAL	3,77	,62361

Fuente: Cuestionario aplicado a las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

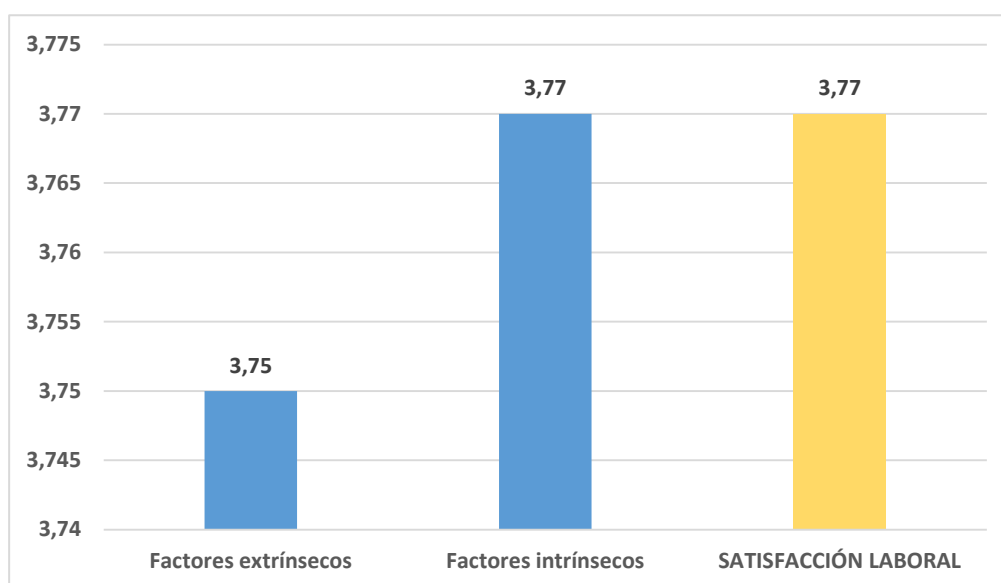


Figura 4-3. Nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Belcorp.

Fuente: Tabla 4-3.

La tabla y el gráfico anterior muestran el resumen descriptivo del nivel de satisfacción laboral en general y el nivel satisfacción en las dimensiones que la componen. El promedio mayor de 3.4 puntos refleja un nivel de satisfacción alto en general, lo cual se ve evidenciado por los factores intrínsecos con promedio 3.77 puntos, a la vez el factor extrínseco muestra un nivel de satisfacción alto con 3.75 puntos. Al considerarse que el nivel de satisfacción es alto, nos indica que las dimensiones consideradas para la evaluación están siendo aplicadas con efectividad para el logro de la satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

Prueba de hipótesis

Hipótesis específico 2:

H1: El nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, es regular.

Decisión: de acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla y figura anterior, no se acepta la hipótesis de investigación, ya que se detalla que el nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika es alto.

Estos resultados evidencian que al mostrarse un nivel alto de satisfacción laboral, las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos están desarrollando sus actividades laborales con satisfacción tanto en los factores intrínsecos como en los factores extrínsecos lo que permitirá como consecuencia que se refleje una mayor productividad en la empresa.

4.1.3. Nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

4.1.3.1. Factor sociológico

Tabla 4-4. Nivel de calidad de vida en el factor sociológico: Promedio

Indicadores	Media	Desviación estándar
Salud	3,66	1,02098
Educación	3,41	,97800
Empleo	3,52	,95524
Tiempo y ocio	3,91	,90820
Bienes y servicios	3,77	,97020
Entorno físico	3,81	,96859
Seguridad	3,66	1,21307
Factores sociológicos	3,68	,69939

Fuente: Cuestionario aplicado a las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

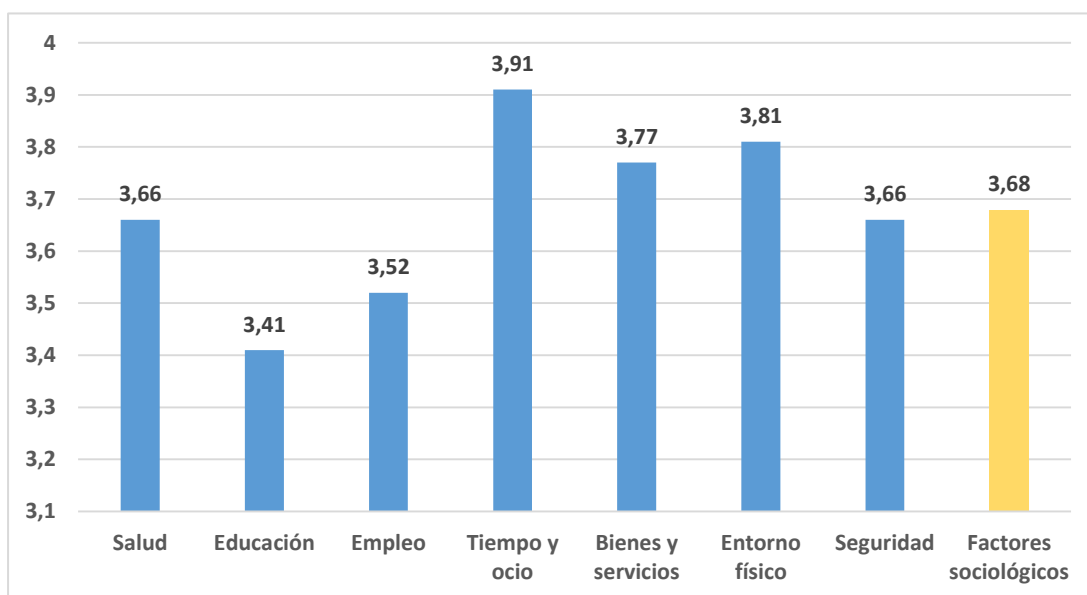


Figura 4-4. Nivel de calidad de vida en el factor sociológico de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

Fuente: Tabla 4-4.

Los resultados nos reflejan que la mayoría de los promedios son mayores a 3.4 puntos, por lo tanto, se refleja que existe un nivel de calidad de vida alto en el factor sociológico. Siendo los indicadores con mayores promedios el indicador tiempo y ocio (3.91 puntos), entorno físico (3.81 puntos) y bienes y servicios (3.77).

Esto se refleja con promedios mayores de 3.4 puntos respecto a que actualmente tiene tiempo para dedicarse a sí misma; respecto a su familia, le dedica el tiempo suficiente para estar en familia; actualmente cuenta con una vivienda digna de vivir, respecto a su familia, se ve beneficiada por el lugar en donde habitan; actualmente cuenta con los bienes y servicios necesarios en su hogar y su familia se ven beneficiados con los bienes y servicios con que cuenta su hogar.

Asimismo en los demás indicadores mostraron niveles altos es lo que respecta que actualmente cuentan con una vida saludable libre de dolencias o enfermedades; respecto a su familia, actualmente goza de buena salud; actualmente ha podido ejercer nuevos estudios educativos, respecto a su familia, actualmente goza de una buena educación; actualmente cuentan con un empleo que satisface sus principales necesidades, respecto a su familia, actualmente satisfacen sus principales necesidades y actualmente habitan en lugar donde está libre de violencia y daños personales.

4.1.3.2. Factor psicológico

Tabla 4-5. Nivel de calidad de vida en el factor psicológico: Promedio

Indicadores	Media	Desviación estándar
Auto aceptación	4,01	,67857
Relaciones positivas	3,89	,68112
Autonomía	3,86	,63958
Crecimiento personal	4,21	,66056
Propósito de vida	4,20	,68088
Factores psicológicos	4,03	,56407

Fuente: Cuestionario aplicado a las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

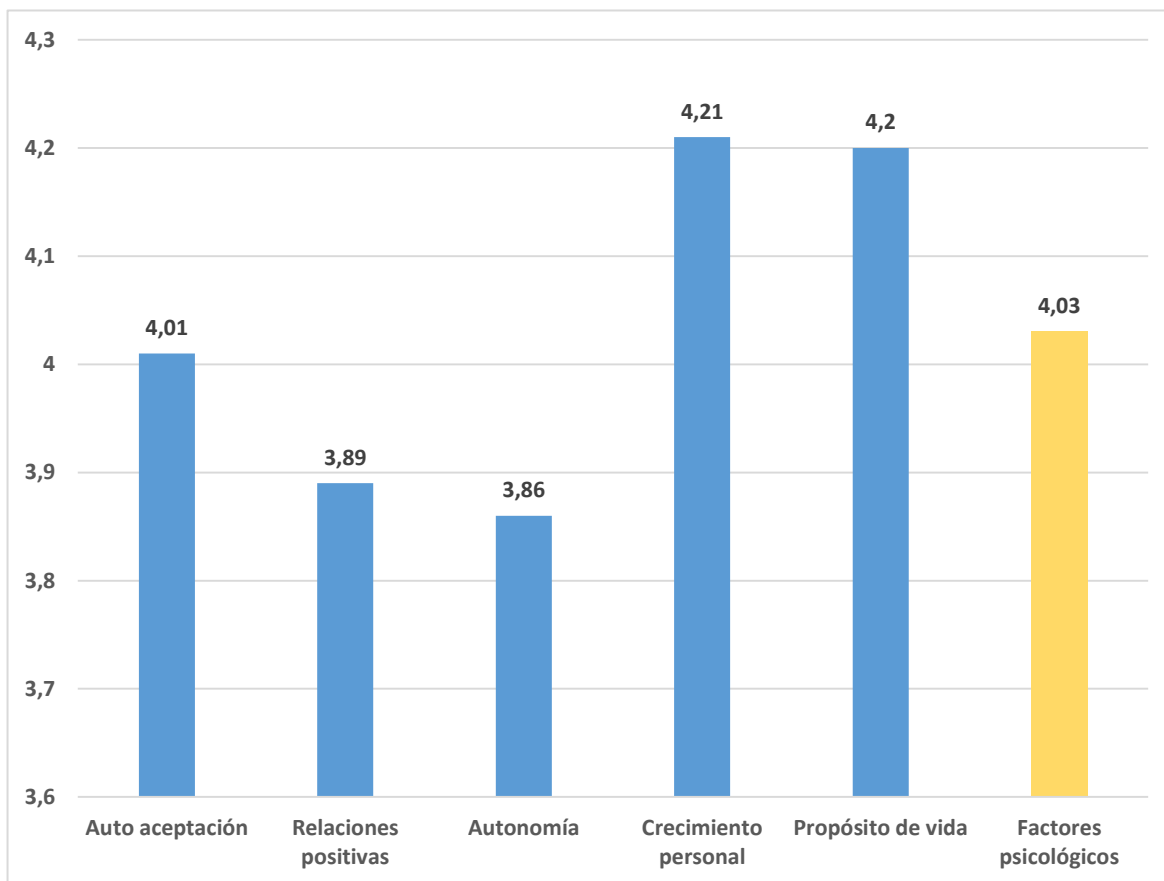


Figura 4-5. Nivel de calidad de vida en el factor psicológico de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

Fuente: Tabla 4-5.

En relación al factor psicológico, los resultados dan razón de un nivel alto, por los promedios mayores 3.4 puntos. Siendo los indicadores con mayor nivel alto: crecimiento personal 4.21 puntos y propósito de vida con 4.2 puntos.

Esto se refleja con niveles altos respecto a que en general, con el tiempo las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos sienten que siguen aprendiendo más sobre mí mismas, nunca van a dejar de intentar hacer grandes mejoras o cambios en su vida, quieren intentar nuevas formas de hacer las cosas, piensan que es importante tener nuevas experiencias que desafíen lo que uno piensa sobre sí mismo y sobre el mundo, tienen la sensación de que con el tiempo se han desarrollado como persona y sienten que la vida ha sido un proceso continuo de estudio, cambio y crecimiento; disfrutan haciendo planes para el futuro y trabajar para hacerlos realidad, se consideran una persona activa al realizar los proyectos que se proponen para mí misma, se sienten bien cuando piensan en lo que han hecho en el pasado y lo que esperan hacer en el futuro, los objetivos en la vida han

sido más una fuente de satisfacción que de frustración, tienen clara la dirección y el objetivo de sus vidas, tienen claro qué es lo que desean conseguir en la vida.

Asimismo en los demás indicadores auto aceptación, relaciones positivas y autonomía mostraron niveles altos, respecto a que cuando repasan la historia de su vida están contentas con cómo han resultado las cosas, en general se sienten seguras y positivas conmigo mismas, les gusta la mayor parte de los aspectos de su personalidad, en muchos aspectos se sienten muy contentas de sus logros en la vida, en su mayor parte se sienten orgullosas de quienes son ahora y la vida nueva que llevan ahora, sienten que con los años han mejorado mucho como personas, tienen la sensación de que con el tiempo se van a desarrollar mucho más como personas.

A la vez ya no se sienten solas porque tienen muchas amigas con quienes compartir sus preocupaciones y alegrías, ahora tienen muchas personas que las quieren escuchar cuando necesitan hablar, sienten que sus amistades le aportan muchas cosas, están experimentando muchas relaciones cercanas y de confianza, sienten que pueden confiar en sus amigas y ellas saben que pueden confiar en ellas, quieren seguir intentando nuevas formas de hacer las cosas que les ayuden a ser mejor cada día; no tienen miedo de expresar sus opiniones incluso cuando son opuestas a las opiniones de la mayoría de la gente, no se preocupan cómo otra gente, evalúan las elecciones que han hecho en la vida, no se preocupan sobre lo que otra gente piensa de ellas, se juzgan por lo que ellas creen que es importante no por los valores que otros piensan que son importantes, tienden a estar influenciadas por la gente con fuertes convicciones, tienen confianza de sus opiniones incluso si son contrarias al consenso general, no les es difícil para ellas expresar sus propias opiniones en asuntos polémicos y no cambian de decisiones si sus amigos su familia están en desacuerdo.

Tabla 4-6. Nivel de calidad de vida: Promedio

Dimensiones	Media	Desviación estándar
Factores sociológicos	3,68	,69939
Factores psicológicos	4,03	,56407
CALIDAD DE VIDA	3,86	,51615

Fuente: Cuestionario aplicado a las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

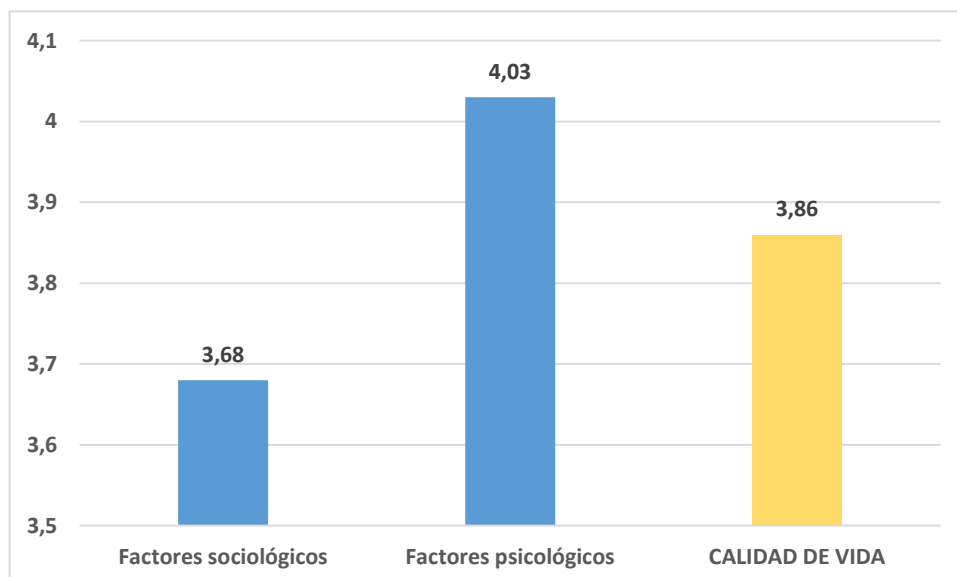


Figura 4-6. Nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

Fuente: Tabla 4-6.

La tabla y la figura anterior nos reflejan que el nivel de calidad de vida en promedio es alto 3.86 puntos, debido a que en promedio las dimensiones que la componen han mostrado niveles altos.

Estos resultados reflejan las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos consideran que desde que forman parte de la empresa Esika sus vidas han cambiado, logrando mejorar aspectos sociológicos y psicológicos, permitiéndoles ser mejores personas dentro de su entorno de social y laboral.

Prueba de hipótesis

Hipótesis específico 2:

H1: El nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, es regular.

Decisión: de acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla y figura anterior, no se acepta la hipótesis de investigación, ya que se detalla que el nivel de satisfacción de la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika es alto.

Estos resultados evidencian que al mostrarse un nivel alto de calidad de vida, las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos tienen un mejor bienestar físico (con conceptos como la salud, seguridad física), bienestar material (haciendo alusión a ingresos, pertenencias, vivienda, transporte, etc.), bienestar social (relaciones personales, amistades, familia, comunidad), desarrollo (productividad, contribución, educación) y bienestar emocional (autoestima, mentalidad, inteligencia emocional), lo que permite en un futuro el incremento del crecimiento económico y permitiendo el desarrollo del país.

Tabla 4-7. Nivel de satisfacción laboral: Porcentaje

Dimensiones/ indicadores	Totalmente en desacuerdo		Desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Comisión	27	7,8%	35	10,1%	73	21,0%	157	45,1%	56	16,1%	348	100,0%
Condiciones laborales	9	2,6%	28	8,0%	34	9,8%	205	58,9%	72	20,7%	348	100,0%
Seguridad laboral	25	7,2%	37	10,6%	78	22,4%	142	40,8%	66	19,0%	348	100,0%
Políticas organizacionales	13	3,7%	19	5,5%	29	8,3%	171	49,1%	116	33,3%	348	100,0%
Supervisión	30	8,6%	19	5,5%	53	15,2%	155	44,5%	91	26,1%	348	100,0%
Relaciones interpersonales	10	2,9%	28	8,0%	37	10,6%	165	47,4%	108	31,0%	348	100,0%
Factores extrínsecos	7	2,0%	14	4,0%	61	17,5%	178	51,1%	88	25,3%	348	100,0%
Reconocimientos	26	7,5%	26	7,5%	65	18,7%	164	47,1%	67	19,3%	348	100,0%
Logro	13	3,7%	18	5,2%	61	17,5%	195	56,0%	61	17,5%	348	100,0%
Progreso	13	3,7%	16	4,6%	67	19,3%	197	56,6%	55	15,8%	348	100,0%
Responsabilidad	10	2,9%	14	4,0%	40	11,5%	213	61,2%	71	20,4%	348	100,0%
Trabajo mismo	6	1,7%	23	6,6%	39	11,2%	214	61,5%	66	19,0%	348	100,0%
Factores intrínsecos	4	1,1%	19	5,5%	59	17,0%	195	56,0%	71	20,4%	348	100,0%
Satisfacción laboral	5	1,4%	12	3,4%	69	19,8%	200	57,5%	62	17,8%	348	100,0%

Fuente: Cuestionario aplicado a las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

La tabla 4-7 se presentan los resultados de la satisfacción laboral con otra visión, el cual se expresan los porcentajes del nivel de satisfacción por cada indicador ligado a sus factores. Los resultados muestran que la mayoría de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos consideran un nivel alto de satisfacción en el factor extrínseco (51.1%) por el indicador comisión (45.1%) condiciones laborales (58,9%), seguridad laboral (40.8%), políticas organizacionales (49.1%), supervisión (44.5%) y relaciones interpersonales (47.4%).

En cuanto a los factores intrínsecos (56%) muestra un nivel alto por: reconocimiento (47.1%), logro (56%), progreso (56.6%), responsabilidad (61.2%) y trabajo mismo (61.5%)

En general el (57,5%) de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, perciben un nivel de satisfacción laboral alto, y solo el (1.4%) lo perciben como muy bajo.

Esto se debe a que las mujeres encuestadas ven a la venta de cosméticos por catálogo como un negocio propio, en donde les brinda motivaciones y satisfacciones. Para ellas obtener dinero extra por la actividad realizada, que la empresa reconozca sus esfuerzos para alcanzar no solo los objetivos de la propia empresa, sino que también sus propios objetivos personales, tener horarios flexibles con el fin de tener tiempo para dedicarse a su hogar y a la familia, que les brinden capacitaciones que les de la posibilidad de especializarse en ventas y relacionarse con las demás personas, así como también el apoyo que les brindan cada una de las líderes, es más que suficiente para poder sentirse satisfecha de trabajar con la empresa Esika.

Tabla 4-8. Nivel de calidad de vida: Porcentaje

Dimensiones/ indicadores	Totalmente en desacuerdo		Desacuerdo		Ni de acuerdo ni en desacuerdo		De acuerdo		Totalmente de acuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Salud	21	6.0%	43	12.4%	40	11.5%	161	46.3%	83	23.9%	348	100.0%
Educación	19	5.5%	60	17.2%	78	22.4%	130	37.4%	61	17.5%	348	100.0%
Empleo	11	3.2%	59	17.0%	61	17.5%	157	45.1%	60	17.2%	348	100.0%
Tiempo y ocio	10	2.9%	28	8.0%	29	8.3%	167	48.0%	114	32.8%	348	100.0%
Bienes y servicios	14	4.0%	35	10.1%	35	10.1%	178	51.1%	86	24.7%	348	100.0%
Entorno físico	16	4.6%	28	8.0%	39	11.2%	166	47.7%	99	28.4%	348	100.0%
Seguridad	28	8.0%	40	11.5%	48	13.8%	140	40.2%	92	26.4%	348	100.0%
Factores sociológicos	6	1.7%	17	4.9%	88	25.3%	163	46.8%	74	21.3%	348	100.0%
Auto aceptación	4	1.1%	10	2.9%	38	10.9%	157	45.1%	139	39.9%	348	100.0%
Relaciones positivas	5	1.4%	14	4.0%	41	11.8%	190	54.6%	98	28.2%	348	100.0%
Autonomía	5	1.4%	7	2.0%	55	15.8%	183	52.6%	98	28.2%	348	100.0%
Crecimiento personal	5	1.4%	5	1.4%	14	4.0%	166	47.7%	158	45.4%	348	100.0%
Propósito de vida	6	1.7%	5	1.4%	21	6.0%	162	46.6%	154	44.3%	348	100.0%
Factores psicológicos	5	1.4%	3	9%	23	6.6%	195	56.0%	122	35.1%	348	100.0%
Calidad de vida	0	0.0%	4	1.4%	4	1.4%	170	82.1%	170	82.1%	348	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

La tabla 4-8 se presentan los resultados del nivel de calidad de vida en porcentajes, así mismo los niveles de los factores y sus indicadores que la componen. Los resultados muestran que la mayoría de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos consideran un nivel alto de calidad de vida en el factor sociológico (46.8%) por el indicador salud (46.3%), empleo (45.1%), educación (37.4%), tiempo y ocio (48%), bienes y servicios (55.1%), entorno físico (47.7%) y seguridad (40.2%).

En cuanto al factor psicológico (56%) muestra un nivel alto por: auto aceptación (45.1%), relaciones positivas (54.6%), autonomía (52.6%), crecimiento personal (47.7%) y propósito de vida (46.6%)

En general el (82.1%) de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, perciben un nivel de calidad de vida alto, y solo el (1.4%) lo perciben como bajo.

Esto se debe a que las mujeres al tener un trabajo que les genera ingresos les permiten ayudar en la economía familiar. Siendo estos ingresos generados por las metas alcanzadas, puesto que al momento de lograr las metas que se proponen ellas mismas, se fortalecen y tienen ánimos de seguir adelante.

La familia y la diversión también van de la mano con la calidad de vida, puesto que para las mujeres estar pendiente de la familia y que no les falte nada es muy importante, por esta razón la mayoría de las consultoras si se dedican a su hogar y también pasan tiempo de calidad con sus seres queridos.

Además la venta directa ha permitido ayudar a todas aquellas mujeres que no tenían una preparación académica y por ende mínimas oportunidades de inserción laboral, la principal función de esta empresa, es mejorar el estilo de vida de las mujeres brindándoles una oportunidad de progreso económico y personal.

4.1.4. Factores de satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

Tabla 4-9. Factores de satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida.

	%
DIMENSIONES	NIVEL ALTO
Factores extrínsecos	51,1%
Factores intrínsecos	56,0%
SATISFACCIÓN LABORAL	57,5%
Factores sociológicos	46,8%
Factores psicológicos	56,0%
CALIDAD DE VIDA	82,1%

Fuente: Cuestionario aplicado a las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

La tabla anterior muestran los factores de la satisfacción laboral que están influyendo más en la calidad de vida, donde los factores intrínsecos con el porcentaje más alto en la categoría alta, está evidenciando que estos factores son las que están permitiendo que exista niveles altos en los factores psicológicos de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika. Por lo que es necesario que se incentive más en los factores extrínsecos para que permita un mayor crecimiento de los factores, y de esta manera la satisfacción laboral permita un nivel muy alto en la calidad vida de las mujeres, que por ende permitirán el incremento de la productividad de la empresa.

Prueba de Hipótesis:

H1: Los factores de la satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, son los factores intrínsecos.

Decisión: de acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla 4-9, se acepta la hipótesis de investigación, ya que se detalla que los factores intrínsecos inciden más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

Estos resultados evidencian que los factores extrínsecos deben de generar una mayor motivación para las mujeres, puesto que esto permitirá lograr un nivel de calidad de vida muy alto.

4.1.5. Relación entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika - Piura, 2017.

Tabla 4-10. Relación entre la satisfacción laboral y la calidad de vida.

Dimensiones			Factores sociológicos	Factores psicológicos	Calidad de vida
Rho de Spearman	Factores extrínsecos	Coefficiente de correlación	,436**	,417**	,462**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	Factores intrínsecos	Coefficiente de correlación	,473**	,456**	,519**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000
	Satisfacción laboral	Coefficiente de correlación	,493**	,471**	,532**
		Sig. (bilateral)	,000	,000	,000

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

Para hallar las correlaciones entre la satisfacción laboral y la calidad de vida y en cada una de las dimensiones evaluadas, se empleó la correlación no paramétrica de Spearman a un nivel de significancia del 0.05%. En donde se halló que la satisfacción laboral se correlaciona de manera significativa con la calidad de vida en 0,53 puntos, siendo esta correlación de nivel positivo moderado. Una correlación positiva indica que mientras mayor sea la satisfacción laboral se mostrará una mejor calidad de vida.

En cuanto a los factores de la satisfacción laboral muestran que si existen correlaciones con la calidad de vida, tal como se observa en la Tabla 4-10 precedente. El factor extrínseco muestra una correlación positiva moderada de 0.46 puntos y en el factor intrínseco una correlación positiva moderada con 0.52 puntos, siendo el factor intrínseco el factor que más se relaciona con la calidad de vida.

Asimismo en cuanto a la correlación de los factores de la calidad de vida con la satisfacción laboral, el factor sociológico mostró una correlación positiva moderada de 0.49 puntos, y el factor psicológico una correlación positiva moderada con 0.47 puntos, siendo el factor sociológico la que más se relaciona con la satisfacción laboral.

Estos resultados evidencian que a medida que se mejoren las actividades de los factores extrínsecos e intrínsecos, se mejorará la satisfacción la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.

Prueba de Hipótesis:

H0: El nivel de satisfacción laboral no tiene una relación significativa con el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika – Piura, 2017.

H1: El nivel de satisfacción laboral tiene una relación significativa con el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika – Piura, 2017.

Decisión: de acuerdo a los resultados que se muestran en la tabla 4-10, se acepta la hipótesis de investigación positiva, ya que se detalla que la satisfacción laboral muestran una correlación significativa positiva, al mostrar un resultado de 0.53 puntos, a un nivel de significancia de 5%, con el calidad de vida.

Estos resultados evidencian que si existe mayor satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos, permitirá por ende una mejor calidad de vida personal.

4.2. Discusión de resultados

Evaluar la relación entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika - Piura, fue el objetivo del presente estudio, para tal efecto se utilizó los estudios del teórico Herzberg (1987), que incluye dos factores para el logro de la satisfacción laboral, siendo los factores extrínsecos y los factores intrínsecos, que actualmente vienen teniendo una amplia influencia en las investigaciones actuales.

Herzberg (1987), expresa que la satisfacción es el resultado de las características intrínsecas del puesto de trabajo, determinando con ello que dichos factores cubren las necesidades de motivación, y la satisfacción de factores extrínsecos relacionados con las necesidades de higiene o mantenimiento. De acuerdo a los resultados de la presente investigación se comparte lo manifestado por Herzberg, ya que las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos mostraron estar satisfechas en los factores intrínsecos, debido a que sus necesidades y expectativas están siendo atendidas por la empresa (factores extrínsecos), conllevando a que las vendedoras tengan sentimientos de pertenencia hacia la empresa.

Con respecto a la variable calidad de vida se consideró los estudios de Carretero et al. (1980), el cual expresa que la calidad de vida del individuo está en relación a una serie de factores sociales importantes, estos factores hacían referencia a: salud, desarrollo individual, empleo, tiempo y ocio, bienes y servicios, entorno físico y seguridad personal. Asimismo se consideró los estudios de Ryff y Singer (1995), que expresan que la calidad de vida se comprende también desde la perspectiva psicológica, en donde se toma en cuenta sobre todo aspectos subjetivos como la satisfacción con la vida y el crecimiento personal. Los factores de la calidad de vida desde el punto de vista psicológico son: autonomía, relaciones sociales positivas, dominio del entorno, crecimiento personal, auto aceptación y propósito en la vida.

Con relación a los resultados, la investigación demostró que si existe relación positiva moderada entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Belcorp, poniendo en evidencia la relación de influencia existente entre ambas variables, confirmando así la hipótesis positiva planteada en la investigación. Estos resultados se manifiestan en la investigación de Urbina, A. y Victoria, F. (2012), en su tesis denominada: *Satisfacción laboral y calidad de vida*

profesional de las enfermeras del Hospital regional Docente de Trujillo. El objetivo fue determinar la relación del nivel de satisfacción laboral y nivel de calidad de vida profesional de las enfermeras, concluyendo que si existe una relación significativa entre la satisfacción laboral y la calidad de vida profesional. Así como también en la investigación de Guerrero, N. (2012): *Análisis de la calidad de vida con relación a la satisfacción de los trabajadores en la Municipalidad Distrital de las Lomas*, en donde se mostraron correlaciones positivas, indicando que a una mejor calidad de vida conduce a una mayor satisfacción laboral en los trabajadores. Los trabajadores que mostraron tener mayor satisfacción laboral se sienten más motivados para trabajar en la institución por lo que muestran una mejor calidad de vida en su vida laboral y personal.

Respecto al enfoque basado en los estudios de Herzberg los resultados mostraron un nivel de satisfacción laboral alto en 57,5%, debido a los niveles altos en los indicadores de los factores extrínsecos (51,1%) y factores intrínsecos (56%). Estos resultados descritos, se evidencian también en la investigación de Urbina, A. y Victoria, F. (2012), en donde el nivel de satisfacción laboral de las enfermeras del Hospital regional Docente de Trujillo fue alto de 60% por la competencia profesional y la propia satisfacción de trabajo, sin embargo se mostró un nivel bajo respecto a la promoción profesional, presión en el trabajo.

Asimismo en la investigación de Guerrero, N. (2012), en el indicador como motivación como parte de factor intrínseco se determinó que hay una percepción bastante favorable considerándose como nivel alto de (54%) en lo relacionado a la evaluación del trabajo con propósitos de mejorar la tarea; no sucede lo mismo en relación a la preparación y al trato justo que reciben en la institución, en donde la mayor parte no se encuentra ni satisfecho ni insatisfecho.

Respecto al nivel de calidad de vida, la investigación, determinó que el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika es alto en 82,1%. Estos resultados se evidencian en la investigación de Bucheli, L. y Pinos, V. (2014): *“Estudio sobre el aporte al nivel de vida que genera la venta por catálogo de cosméticos a sus consultoras en la ciudad de Quito correspondiente al periodo 2009-2013”*, esta investigación permitió analizar el aporte al nivel de vida que genera la venta por catálogo de cosméticos a sus consultoras, en donde se determina a través de las entrevistas realizadas a algunas mujeres entre 30 a 60 años de edad de diferentes zonas y de diferentes empresas como Avon, Yambal y Belcorp, que la venta por catálogo si

genera una mejora en el nivel de calidad de vida de las vendedoras, puesto que la mayoría de estas mujeres trabajan en estas empresas para tener un ingreso adicional, que es ayuda en gran medida a la economía del hogar, al mismo tiempo que les genera tiempo para dedicarle a su familia.

En lo que respecta a las dimensiones que conforman la calidad de vida, la investigación determina que los factores sociológicos mostró niveles altos de 46,8% por los indicadores: salud, educación, empleo, tiempo y ocio, bienes y servicios, entorno físico y seguridad, resultados que se evidencian en la investigación de Calderón, L. y Zapata, I. (2013): *Identificación de los indicadores de calidad de vida aplicados a la clase media de la ciudad de Quito*, puesto que esta investigación determinó que los indicadores para medir la calidad de vida en la clase media son: la salud, educación, economía, seguridad, buen gobierno y vida comunitaria como factores sociológicos, asimismo permitió ampliar el marco teórico y conceptual de lo que se entiende por calidad de vida y sus componentes, e identificar los elementos que sustenten la valoración en la calidad de vida.

Asimismo en la investigación de Bucheli, L. y Pinos, V. (2014), respecto a las entrevistas realizadas a las consultoras, se determinó que en la variable objetivas que incluye indicadores: ingresos económicos e incentivos y premios, se mostró que la mayoría de las entrevistadas comentaron que tener mayores ingresos económicos, lo que le ha permitido mejorar su salud, educación, sus bienes y servicios, y su entorno físico.

Respecto a los factores psicológicos la presente investigación determinó un nivel alto de 56%, por los indicadores con niveles altos: auto aceptación, relaciones positivas, autonomía, crecimiento personal y propósito en la vida. Esto se evidencia también en la investigación de Bucheli, L. y Pinos, V. (2014), en donde los aspectos subjetivos que incluyen indicadores: motivación, calidad de tiempo y calidad de entretenimiento, las consultoras entrevistadas comentaron que su nivel de vida ha cambiado puesto que se sienten más motivadas para trabajar, se han aceptado a sí mismas tal como son, ha mejorado sus relaciones sociales, y se plantean metas personales para su crecimiento personal y profesional.

A la vez esto también se evidencia en la investigación de Grimaldo, M. (2011): *Calidad de vida y estilo de vida saludable en un grupo de estudiantes de postgrado de la ciudad de Lima*, puesto que algunos dominios de la calidad de vida de los estudiantes (amigos, vida familiar, ocio y religión, y reposo) principalmente en el grupo que recibe entre

USD719 y USD1436 (un nivel de ingreso más alto), se percibió un nivel de vida más alto en el factor psicológico.

Teniendo como referente el marco teórico, antecedentes, análisis y seguimiento del criterio lógico de la contrastación, se afirma que la satisfacción laboral se relaciona de manera directa con la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, es decir el impulso de que exista mayor satisfacción en el trabajo permite obtener un alto nivel de calidad de vida. En el caso de la empresa Esika que es una empresa que le da oportunidades a las mujeres de bajos recursos, la investigación ha permitido determinar que la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos ha cambiado profundamente, pues ellas se sienten identificadas y agradecidas por brindarles la oportunidad de trabajar con ellas y obtener un beneficio que les sirve para solventar su hogar. Asimismo la empresa les ha permitido obtener un crecimiento personal, puesto que al principio no contaban con habilidades al momento de realizar las ventas, como la facilidad de palabra, empatía, etc., sin embargo la empresa han optado por hacer énfasis el desarrollo humano de sus representantes a través de asesoramientos personales y la motivación para que se sientan a gusto de trabajar con la empresa Esika.

CONCLUSIONES

En concordancia con el objetivo general y específicos los resultados muestran que:

- Existe una relación positiva moderada de 0.53 puntos entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika – Piura, lo que demuestra una relación positiva moderada entre las variables, mientras mayor sea la satisfacción laboral existirá una mejor calidad de vida.
- El nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Belcorp – Piura, es alto con 57.5% y solo el 1.4% es muy bajo. Esto se genera por el nivel de satisfacción alto en el factor extrínseco (51.1%) y en el factor intrínsecos (56%).
- El nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika – Piura es equivalente a 82,1%, alto y solo el 1,4% es bajo. Esto se debe a los niveles altos en el factor sociológico (46.8%) y en el factor psicológico (56%).
- Los factores de la satisfacción laboral que están incidiendo en la calidad de vida es el factor intrínseco con el porcentaje más alto en la categoría alta, lo cual está evidenciando que estos factores son las que están permitiendo que exista niveles altos en los factores psicológicos y por ende en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.
- Si bien es cierto hay un gran número de personas que empiezan esta actividad con mucho entusiasmo y expectativa de ganar, ya sea dinero o premios. En el camino muchas fracasan por diversos motivos , falta de capacitación, falta de capital, falta de interés , hay infinidad de motivos, pero hay algo que queda en ellas, y es ese aprendizaje de una actividad económica que les permita desarrollarse en otra empresa o iniciar otro negocio particular, es decir, obtuvieron experiencia .

RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un programa de mejora de la satisfacción laboral y calidad de vida, que incluya el mejoramiento de todos los factores mencionados en ambas variables de estudio, que incluyan metas con indicadores que permitan medir el logro de cada meta, a través de la implementación de planes de capacitación (cursos, seminarios, programa “Grandes mujeres”, etc.), con actividades diarias dirigidas a mejorar cada día un factor, estableciendo mecanismos de seguimiento y monitoreo, y cada tres meses realizar la evaluación de cada factor, para realizar las correcciones y generar los resultados propuestos.
- Respecto a la satisfacción laboral para mejorar los factores extrínsecos se recomienda realizar una evaluación de desempeño a cada mujer dedicada a la venta directa de cosméticos, con el fin de evaluar su nivel de eficiencia respecto a las ventas y así poder establecer un incremento de manera personalizada de las comisiones, de sus condiciones físicas en que realiza las ventas, de la seguridad laboral, y generar mayor confianza con el líder. A la vez es necesario promover y desarrollar con mayor frecuencia actividades que conlleven a mejorar las relaciones interpersonales, que podrían realizarse a través de reuniones de confraternidad u otros eventos que genere un mayor sentido de pertenencia de las trabajadoras. Es necesario establecer nuevas redes de comunicación, a través de vías de correos electrónicos entre las vendedoras y su líder, en que no solo se traten temas de trabajo (consultas de precios de productos, ofertas, tiempos de entrega, etc.), sino que también sienta que el líder sea un apoyo respecto a algún problema personal. Respecto a los factores intrínsecos las mujeres se sienten satisfechas puesto que la empresa le ofrece la oportunidad a las mujeres que más lo necesitan sin importar el nivel de educación, sin embargo es necesario lograr la plena satisfacción de todas las mujeres en general, para ello la empresa debe de seguir brindando oportunidades de trabajo con horarios flexibles, con el fin de que se dediquen a su hogar y al mismo tiempo a obtener ingresos. A la vez debe seguir invirtiendo en cursos de capacitaciones y motivación con el fin de lograr el desarrollo personal y laboral de las vendedoras y aumentando las responsabilidades a través del otorgamiento de ascensos dentro de la empresa.

- Respecto a la calidad de vida de las mujeres dedicada a la venta directa de cosméticos, se recomienda poner en marcha el propósito de la empresa de impulsar belleza para lograr realización personal, mediante el desarrollo del programa “GRANDES MUJERES”, el curso tendrá una duración de 8 a 10 semanas, en donde las beneficiarias del programa participan en sesiones de liderazgo y motivación personal, autoconocimiento y autoestima, propósito de vida, inteligencia emocional, relaciones familiares saludables, gestión del estrés, administración del tiempo, finanzas personales, comunicación efectiva con clientes, atención al cliente, gestión del cambio y toma de decisiones de negocios. Así, las mujeres desarrollaran capacidades a través de la educación que les permiten una mayor generación de ingresos y autonomía sobre las decisiones que afectan su vida, es decir mejorará a un más los factores sociológicos y psicológicos.
- Los premios e incentivos que la empresa otorga, es una fortaleza que debe de continuar ya que sirve de motivación que beneficia tanto a las vendedoras como a la empresa. Son necesarios los incentivos no financieros como reconocimientos y cursos de actualización profesional, situación que generara un mayor compromiso hacia la empresa y lo que permite el incremento de sus factores psicológicos y por ende mayor calidad de vida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrews, F.M. y Withey, S.B. (1976). *Indicadores sociales de bienestar: percepciones de los estadounidenses*. Investigaciones de bienestar de vida. Vol. 45.
- Blanco Abarca, A. (1985). *La calidad de vida, supuestos psicosociales*. En J.F. Morales y cols. Psicología Social aplicada, DDB.
- Bucheli, L. y Pinos, V. (2014). “*Estudio sobre el aporte al nivel de vida que genera la venta por catálogo de cosméticos a sus consultoras en la ciudad de Quito correspondiente al periodo 2009-2013*”. Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador.
- Cámara Peruana de Venta Directa (2015). Disponible en: http://www.capevedi.com/Public/quienes_somos.html
- Comité Peruano de Cosmética e Higiene Personal. Disponible en: http://www.copecoh.com/Public/sobre_nosotros.html
- Camfield, L. y Skenvington, S. (2008). *OB Bienestar subjetivo y calidad de vida*. Journal of Health Psychology. Vol.13 (6).
- Calderón, L. y Zapata, I. (2013). “*Identificación de los indicadores de calidad de vida aplicados a la clase media de la ciudad de Quito*”. Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador.
- Carretero A., Fernández, A., Fuentes, F., De la Viña, J. (1980). *La calidad de la vida en el proceso de humanización*. Editorial Medio Ambiente. Madrid.
- Chiavenato, I. (2005). *Administración de Recursos Humanos*. (5ta ed.). Colombia: McGraw – Hill Interamericana. S.A.
- Davis, K. y Newstrom, J. (2003). *Comportamiento Humano en el Trabajo* (11ª ed). México: McGraw-Hill.
- Felce, D. y Perry, J. (1995). *Calidad de vida: su definición y medición*. Investigación en discapacidades del desarrollo. Vol. 16.
- Gallardo, I. y Moyano, E. (2012). *Análisis psicométrico de las escalas Ryff (versión española) en una muestra de adolescentes chilenos*. Universitas psychologica. Vol. 11.
- García, A. y Navarro, R. (2007). *Clima y Compromiso Organizacional*. Vol. I. México.

García, D. (1991). *Calidad de vida. Aproximación histórico-conceptual*. Boletín de psicología. Vol. 30.

Gibson, J., Ivancevich, J. y Donnelly, J. (2001). *Las organizaciones: comportamiento, estructura, procesos*. (10ª ed.). Santiago de Chile: McGraw-Hill Interamericana.

Guerrero, N. (2012). “*Análisis de la calidad de vida con relación a la satisfacción de los trabajadores en la Municipalidad Distrital de las Lomas – 2012*”. Universidad Cesar Vallejo, Piura.

Guillen, M. (2003). *La gestión empresarial: equilibrando objetivos y valores*. Madrid: Madrid.

Grimaldo, M. (2011). “*Calidad de vida y estilo de vida saludable en un grupo de estudiantes de postgrado de la ciudad de Lima*”. Universidad de San Martín de Porres, Lima.

Harris, R. (1989). *Más allá del estado de bienestar*. Madrid: Instituto de estudios económicos.

Harris, D. (1990). *La justificación del estado de bienestar*. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales.

Herzberg, F. (1987). *Factores de la Satisfacción Laboral*. Publicado el 16 de setiembre del 2015. Recuperado desde: <https://liderazgoymas.wordpress.com/2010/07/13/teoria-bifactorialde-herzberg/>

Lawton, M., Moss, M., Fulcomer, M. y Kleban M. (1982). *Un instrumento de evaluación multinivel de investigación y servicio*. Diario de Gerontología. Vol. 37.

Larson, R. (1978). *Treinta años de investigación sobre el bienestar subjetivo de los estadounidenses mayores*. Editorial: Gerontol Jan, Vol. 33 (1).

Levi, L. y Anderson, L. (1980). *La tensión psicosocial. Población, ambiente y calidad de vida*. México: El Manual Moderno.

Locke, E. (1969). *Satisfacción Laboral*. Recuperado desde: <http://www.eumed.net/rev/cccss/09/dgv.htm>

1. *La Salud Mental: Nuevos Conocimientos, Nuevas Esperanzas*. WHO, Geneve.

Palma Carrillo, S. (1999). *Elaboración y Validación de una Escala de Satisfacción Laboral SL – SPC para trabajadores de Lima Metropolitana*. Teoría e Investigación en Psicología. Universidad Ricardo Palma. Vol. IX N° 1.

Palmore, E., Luikart, C. (1972). *Salud y factores sociales relacionados con la satisfacción con la vida*. Editorial: Health Soc Behav. Vol. 13 (1).

Piédrola, G. (1991). *Medicina preventiva y salud pública*. Barcelona: Masson Salvat.

Ryff, C. y Keyes, C. (1995). *Se revisa la estructura del bienestar psicológico*. *Revista de Personalidad y Psicología Social*. Vol. 69.

Ryff, C. y Singer, B. (1998). *Edad media y bienestar*. En H., Friedman (Ed.), *Enciclopedia de la salud mental*. Edit.: San Diego, CA: Academic Press.

Schermerhorn, J; Hunt, J y Osborn, R. (2005). *Comportamiento Organizacional*. (1ª ed.). México: Limusa.

Shin, D. y Johnson, D. (1978). *La felicidad como una evaluación global de la calidad de vida*. *Investigación de Indicadores Sociales*. Vol. 5.

Smith, P., Kendall, L., y Hulin, C. (1969). *La medición de la satisfacción en el trabajo y la jubilación: Una estrategia para el estudio de Actitudes Chicago*. Rand McNally psychology series.

Strathman, A., Gleicher, F., Boninger, D. y Edwards, C. (1994). *La consideración de las consecuencias futuras: Pesar los resultados inmediatos y distantes del comportamiento*. *Revista de Personalidad y Psicología Social*. Vol. 66.

Urbina, A. y Victoria, F. (2012). *“Satisfacción laboral y calidad de vida profesional de las enfermeras del Hospital regional Docente de Trujillo”*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.

ANEXOS

Anexo A: Cuestionario para la medición de la satisfacción laboral

Dimensiones	Indicadores	Ítems ¿Usted se siente?	Muy insatisfecho	Insatisf echo	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfeh o	Muy satisfecho
Factores extrínsecos	Comisión	Respecto a la cuantía de comisiones que le ofrece la empresa.					
	Condiciones laborales	Respecto a las condiciones físicas que realiza sus ventas.					
		Respecto al tiempo que realiza sus ventas.					
	Seguridad laboral	Respecto a la seguridad laboral que le ofrece la empresa.					
	Políticas organizacionales	Respecto a la libertad que se le otorga para elegir su propio método de trabajo.					
		Respecto a la líder que la capacita.					
	Supervisión	Respecto a la forma en que es usted supervisada por su líder.					
	Relaciones interpersonales	Respecto a la relación con su líder y su Gerente de Zona.					
		Respecto a la relaciones con otras consultoras.					

Dimensiones	Indicadores	Ítems ¿Usted se siente?	Muy insatisfecho	Insatis fecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Satisfeh o	Muy satisfecho
Factores intrínsecos	Reconocimie ntos	Respecto al reconocimiento que obtiene por el logro de metas.					
	Logro	Respecto a las oportunidades de promoción y logro con las que cuenta.					
	Progreso	Respecto a las oportunidades que se le dan para demostrar sus habilidades y ascender.					
	Responsabili dad	Respecto a la cantidad de responsabilidad que se le confía.					
	El trabajo mismo	Respecto a la variedad del trabajo.					
		Respecto a la atención que se presta a sus sugerencias como vendedora.					

Anexo B: Cuestionario para la medición de calidad de vida

Dimensiones	Indicadores	ítems	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Factores sociológicos	Salud	Actualmente cuenta con una vida saludable libre de dolencias o enfermedades.					
		Respecto a su familia, actualmente goza de buena salud.					
	Educación	Actualmente ha podido ejercer nuevos estudios educativos.					
		Respecto a su familia, actualmente goza de una buena educación.					
	Empleo	Actualmente cuenta con un empleo que satisface sus principales necesidades.					
		Respecto a su familia, actualmente satisface sus principales necesidades.					
	Tiempo y ocio	Actualmente tiene tiempo para dedicarse a sí misma.					
		Respecto a su familia, le dedica el tiempo suficiente para estar en familia.					
	Bienes y servicios	Actualmente cuenta con los bienes y servicios necesarios en su hogar.					
		Respecto a su familia, se ven beneficiados con los bienes y servicios con que cuenta su hogar.					
	Entorno físico	Actualmente cuenta con una vivienda digna de vivir.					
		Respecto a su familia, se ve beneficiada por el lugar en donde habitan.					
	Seguridad	Actualmente habita en lugar donde está libre de violencia y daños personales.					

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Factores psicológicos	Auto aceptación	Cuando repaso la historia de mi vida estoy contento con cómo han resultado las cosas.					
		En general, me siento segura y positiva conmigo misma.					
		Si tuviera la oportunidad, hay muchas cosas de mí misma que cambiaría.					
		Me gusta la mayor parte de los aspectos de mi personalidad.					
		En muchos aspectos, me siento muy contenta de mis logros en la vida.					
		En su mayor parte, me siento orgullosa de quien soy ahora y la vida nueva ahora llevo.					
		Cuando pienso en ello, realmente con los años he mejorado mucho como persona.					
		Tengo la sensación de que con el tiempo me voy a desarrollar mucho más como persona.					
	Relaciones positivas	Ahora ya no me siento solo porque tengo muchas amigas con quienes compartir mis preocupaciones y alegrías.					
		Ahora tengo muchas personas que quieren escucharme cuando necesito hablar.					

		Siento que mis amistades me aportan muchas cosas.					
		Me parece que ahora la mayor parte de las personas tienen menos amigas que yo.					
		Estoy experimentado muchas relaciones cercanas y de confianza.					
		Sé que puedo confiar en mis amigas, y ellas saben que pueden confiar en mí.					
		Quiero seguir intentando nuevas formas de hacer las cosas que me ayuden a ser mejor cada día.					
Factores Psicológicos	Autonomía	No tengo miedo de expresar mis opiniones, incluso cuando son opuestas a las opiniones de la mayoría de la gente.					
		No me preocupa cómo otra gente evalúa las elecciones que he hecho en mi vida.					
		No me preocupo sobre lo que otra gente piensa de mí.					
		Me juzgo por lo que yo creo que es importante, no por los valores que otros piensan que son importantes.					
		Tiendo a estar influenciado por la gente con fuertes convicciones.					

		Tengo confianza en mis opiniones incluso si son contrarias al consenso general.					
		No es difícil para mí expresar mis propias opiniones en asuntos polémicos.					
		No cambio mis decisiones si mis amigos o mi familia están en desacuerdo.					
	Crecimiento personal	En general, con el tiempo siento que sigo aprendiendo más sobre mí mismo.					
		Nunca voy a dejar de intentar hacer grandes mejoras o cambios en mi vida.					
		Quiero intentar nuevas formas de hacer las cosas.					
		Pienso que es importante tener nuevas experiencias que desafíen lo que uno piensa sobre sí mismo y sobre el mundo.					
		Tengo la sensación de que con el tiempo me he desarrollado mucho como persona.					
		Para mí, la vida ha sido un proceso continuo de estudio, cambio y crecimiento.					
	Propósito en la vida	Disfruto haciendo planes para el futuro y trabajar para hacerlos realidad.					
		Soy una persona activa al realizar los proyectos que propuse para mí misma.					

		Me siento bien cuando pienso en lo que he hecho en el pasado y lo que espero hacer en el futuro.					
		Mis objetivos en la vida han sido más una fuente de satisfacción que de frustración para mí.					
		Tengo clara la dirección y el objetivo de mi vida.					
		Tengo claro qué es lo que intento conseguir en la vida.					

Anexo C: Matriz de consistencia

NIVEL DE SATISFACCIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE VIDA DE LAS MUJERES DEDICADAS A LA VENTA DIRECTA DE COSMÉTICOS DE LA EMPRESA ESIKA, PIURA – 2017.					
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Método
General	General	General			
¿Qué relación existe entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika Piura - 2017?	Evaluar la relación que existe entre la satisfacción laboral y la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika - Piura, 2017.	<p>H0: El nivel de satisfacción laboral no tiene una relación significativa con el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika – Piura, 2017.</p> <p>H1: El nivel de satisfacción laboral tiene una relación significativa con el nivel de calidad de vida de las mujeres</p>	<p>Satisfacción laboral</p> <p>Calidad de vida</p>	<p>Factores extrínsecos</p> <p>Factores intrínsecos</p> <p>Factores sociológicos</p> <p>Factores psicológicos</p>	<p>❖ Tipo de investigación: Correlacional.</p> <p>❖ Diseño de investigación: No experimental, porque no se harán variar de forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.</p>

		dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika – Piura, 2017.				
Preguntas específicas: ¿Cuál es el nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika?	Objetivos específicos: Analizar el nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.	Hipótesis específicos: H1: El nivel de satisfacción laboral de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, es regular.				

¿Cuál es el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika?	Conocer el nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.	H1: El nivel de calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, es regular.				
¿Cuál de los factores de la satisfacción laboral influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika?	Identificar los factores de la satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika.	H1: Los factores de la satisfacción laboral que influyen más en la calidad de vida de las mujeres dedicadas a la venta directa de cosméticos de la empresa Esika, son los factores intrínsecos.				

Anexo D: Descripción del proceso de la toma de Encuestas y características de la muestra.

Proceso de la toma de encuestas.- La técnica para la recolección de datos ha sido la Encuesta y nuestro instrumento el cuestionario, este se aplicó a consultoras de la ciudad de Piura y castilla en un total de 348 entrevistadas.

La empresa Esika en la ciudad de Piura y Castilla, está dividida en 7 zonas, es decir hay 7 gerentes que trabajan su zona, (5 en Piura y 2 en castilla). Se aprovecharon las Conferencias que realizan las Gerentes de Zona cada 21 días (aproximadamente 2 por mes), en donde se convoca a las mujeres dedicadas a la venta directa (consultoras) para mostrarles las novedades de la campaña, así como para incentivar a través de reconocimientos sus logros en ventas y se realizan sorteos de productos. A estas conferencias asisten alrededor de 50 a 60 consultoras en promedio, lo que nos permitió contar con un número importante cada 21 días y en 7 reuniones que se realizan en distintos puntos de la ciudad. (Hoteles céntricos de la ciudad)

Con un equipo de 8 entrevistadoras, se logró captar las respuestas de estas consultoras, que en muchos casos se extendía para el logro y comprensión de lo que se le preguntaba.

Se completó el levantamiento de información, en las visitas de campo, visitando en su domicilio y aplicando la entrevista.

Características de la Muestra.-

Género de las entrevistadas: Femenino 348

Edades:	De 18 a 28 años:	66
	De 29 a 38 años:	57
	De 39 a 48 años:	68
	De 49 a 58 años:	85
	De 59 a 68 años:	45
	De 69 a más:	27

Tiempo que vende:

De 0 a 5 años:	139
De 6 a 10 años:	85

De 11 a 15 años:	55
De 16 a 20 años:	31
De 21 a 25 años:	27
De 26 a más:	11

Nivel de venta:

De 220 a 350:	193
De 351 a 700:	97
De 701 a 1050:	47
De 1051 a 1350:	7
De 1350 para arriba:	4

Nivel Socio económico:

Nivel D – E:	225
Nivel C:	95
Nivel B:	28

Nivel de Instrucción:

Primaria:	66
Secundaria:	253
Superior:	29

